

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AC
MEREK DAIKIN PADA CV. BUDHA
TEKNIK UBUD**

**Oleh
Komang Sanjita Wira Tri Utama, Nim 1917041082
Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan yang teruji tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian AC merek Daikin pada CV. Budha Teknik Ubud, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian AC merek Daikin pada CV. Budha Teknik Ubud, dan pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian AC merek Daikin pada CV. Budha Teknik Ubud. Rancangan penelitian ini menggunakan kuantitatif kausal. Subjek penelitian ini adalah konsumen CV. Budha Teknik Ubud dengan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yaitu menggunakan Teknik *purposive sampling* dan objek dalam penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian. Jumlah sampel adalah 65 responden. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner, kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagi perusahaan Daikin dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian konsumen diharapkan perusahaan lebih memperhatikan citra merek dan kualitas produk, agar mampu meningkatkan penjualan produk AC Daikin. Hal yang perlu menjadi fokus dari perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas produk, sehingga konsumen merasa terpuaskan dengan produk yang dikonsumsi. Selain itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian diharapkan perusahaan menambahkan spesifikasi tambahan pada produk yang dapat memberikan manfaat lebih kepada konsumen. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, mengembangkan subjek penelitian, dan menggunakan sampel yang lebih banyak agar dapat memperkuat penelitian yang dilakukan, serta menggunakan Teknik analisis data yang lain agar dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AC
MEREK DAIKIN PADA CV. BUDHA
TEKNIK UBUD**

By
Komang Sanjita Wira Tri Utama, Nim 1917041082
Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to obtain proven findings about the effect of brand image on purchasing decisions of Daikin brand air conditioners at CV. Buddhist Engineering Ubud, the effect of product quality on purchasing decisions of Daikin brand air conditioners at CV. Buddhist Engineering Ubud, and the influence of brand image and product quality on purchasing decisions of Daikin brand air conditioners at CV. Ubud Engineering Buddha. The design of this study uses causal quantitative. The subjects of this research are consumers of CV. Buddhist technique of Ubud with the technique used to determine the sample, namely using a purposive sampling technique and the objects in this study were brand image, product quality and purchasing decisions. The number of samples is 65 respondents. The method used in data collection was a questionnaire, then analyzed by multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that (1) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions. For Daikin companies, in an effort to increase consumer purchasing decisions, it is hoped that the company will pay more attention to brand image and product quality, in order to be able to increase sales of Daikin AC products. The thing that needs to be the focus of the company is to improve product quality, so that consumers feel satisfied with the products they consume. In addition, to improve purchasing decisions, it is hoped that the company will add additional specifications to the product that can provide more benefits to consumers. For future researchers, it is hoped that they will be able to add other variables that influence purchasing decisions, develop research subjects, and use more samples in order to strengthen the research conducted, as well as use other data analysis techniques so that they can become a reference for further studies.

Keywords: brand image, product quality, and purchasing decisions