

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI TOKO KOSMETIK  
ABADI SINGARAJA**

**OLEH**

**Made Meitha Shintya Mahadewi, NIM 1817041040**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) citra merek terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk terhadap keputusan pembelian (3) citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian produk MS Glow di Toko Kosmetik Abadi Singaraja, dengan jumlah populasi sebesar 75 orang sedangkan objek dari penelitian ini yaitu citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dan pencatatan dokumen, selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Toko Kosmetik Abadi Singaraja (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Toko Kosmetik Abadi Singaraja (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk MS Glow di Toko Kosmetik Abadi Singaraja.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW DI TOKO KOSMETIK  
ABADI SINGARAJA**

**By**

**Made Meitha Shintya Mahadewi, NIM 1817041040**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi**

***ABSTRACT***

*This research aims to examine the influence of (1) brand image on purchasing decisions (2) product quality on purchasing decisions (3) brand image and product quality on purchasing decisions. The subjects of this research are people who have purchased MS Glow products at the Singaraja Abadi Cosmetic Shop, with a population of 75 people, while the objects of this research are brand image, product quality and purchasing decisions. The research design used is quantitative research. The data collection technique in this research is using questionnaires and document recording, then the data is analyzed using multiple linear regression analysis. The results of the research show that (1) brand image has a positive and significant effect on the decision to purchase MS Glow products at the Singaraja Abadi Cosmetic Store (2) product quality has a positive and significant effect on the decision to purchase MS Glow products at the Singaraja Abadi Cosmetic Store (3) brand image and Product quality has a positive and significant effect on the decision to purchase MS Glow products at the Singaraja Abadi Cosmetic Store.*

*Keywords: brand image, product quality, purchasing decisions*