

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMEBELIAN KONSUMEN PADA *MIXUE* DI
KINTAMANI**

Oleh

I Gede Alit Widiana, NIM 2017041012

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji adanya pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif kausal, dengan adanya pengaruh sebab akibat. Subjek yang dibahas pada penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian konsumen, serta objek dalam penelitian ini adalah konsumen Mixue di Kintamani. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Kintamani. (2) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Kintamani. (3) citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mixue di Kintamani.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON THE PURCHASING DECISIONS OF MIXED CONSUMERS IN KINTAMANI

By

I Gede Alit Widiana, NIM 2017041012

Management

ABSTRACT

This research aims to examine the effect of brand image and product quality on consumer purchasing decisions. This research uses a type of causal quantitative research, with the influence of cause and effect. The subjects discussed in this research are brand image, product quality, and consumer purchasing decisions, and the objects in this research are Mixue consumers in Kintamani. The data collection technique uses a questionnaire with an ordinal measurement scale. The data analysis technique used is multiple linear regression. The research results show that (1) brand image has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Mixue in Kintamani. (2) product quality has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at Mixue in Kintamani. (3) brand image and product quality have a significant effect on consumer purchasing decisions at Mixue in Kintamani.

Keywords: brand image, product quality, purchasing decisions