

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PIA CINTA PADA TOKO SINAR ABADI BULELENG

Oleh

Putu Yoga Indra Saputra, NIM 2017041046

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Riset ini dilakukan guna menguji dampak kualitas produk dan citra merek bagi minat beli Pia Cinta pada Toko Sinar Abadi Buleleng. Subjek dari riset ini adalah produk Pia Cinta. Sementara, objek pada riset adalah kualitas produk, citra merek, dan minat beli. Banyaknya sampel dari riset ini yakni 100 responden. Metode yang terimplementasi pada riset ini ialah kuantitatif kausal. Teknik *sampling* yang terimplementasi yaitu *accidental sampling*. Metode analisis data menerapkan analisis regresi linear berganda. Metode pengumpulan data yaitu pengamatan langsung, wawancara, dan kuesioner. Hasil kuantifikasi dan riset mengidentifikasi bahwa (1) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata-kata kunci: kualitas produk, citra merek, minat beli.

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the impact of product quality and brand image on customer intention when purchasing Pia Cinta products at the Sinar Abadi Buleleng Store. Pia Cinta products are the subject of this research. Product quality, brand image and purchase intention are the objects of this research. Accidental sampling is the sample collection method used. The data analysis method implemented is multiple regression analysis. Techniques for collecting data are direct observation, interviews and questionnaires. The quantification output is (1) purchase intention is significantly impacted by product quality and brand image, (2) purchase intention is positively and significantly impacted by product quality, (3) purchase intention is positively and significantly impacted by brand image.

Keywords: product quality, brand image, purchase intention