

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN* AZARINE DI KOTA SINGARAJA

Oleh

Ni Komang Sutarini, NIM 2017041194

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek dalam keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja baik secara simultan maupun parsial. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Jumlah sampel yang kami gunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 160 responden dengan menggunakan teknik *probability sampling* dan alat ukur menggunakan skala *likert*. Instrumen pengumpulan data yang kami gunakan dalam penelitian ini ialah kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh secara positif dan juga signifikan dengan keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja. (2) Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja. (3) Kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja dengan sumbangan pengaruh 32,4%. Sedangkan sisanya sebesar 67.6% dipengaruhi oleh variabel lain. Semakin baik kualitas produk dan citra merek, maka semakin tinggi keputusan pembelian sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SUNSCREEN* AZARINE DI KOTA
SINGARAJA**

Oleh

Ni Komang Sutarini, NIM 2017041194

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research is aimed at testing how much influence product quality and brand image have on the decision to purchase Azarine sunscreen in Singaraja City, both simultaneously and partially. The research design used is causal quantitative research. The number of samples we used in this research was 160 respondents using probability sampling techniques and measuring instruments using a Likert scale. The data collection instrument we used in this research was a questionnaire and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this research show that; (1) Product quality has a positive and significant influence on the decision to purchase Azarine sunscreen in Singaraja City. (2) Brand image has a positive and significant influence on the decision to purchase Azarine sunscreen in Singaraja City. (3) Product quality and brand image together have a significant influence on the decision to purchase Azarine sunscreen in Singaraja City with an influence contribution of 32.4%. Meanwhile, the remaining 67.6% is influenced by other variables. The better the product quality and brand image, the higher the purchasing decision, so the company needs to improve product quality and brand image together.

Keywords: product quality, brand image, purchasing decisions