

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOLAK ANGIN SIDO MUNCUL DI
APOTEK INA FARMA**

Oleh

Kadek Ertina Juniastuti, 2017041173

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan maupun parsial. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian kausal. Subjek penelitian ini adalah Tolak Angin Sido Muncul dan objek penelitian ini yaitu kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden, dengan penentuan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: citra merek, keputusan pembelian, kualitas produk

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
PURCHASING DECISIONS FOR WIND REPELLENT SIDO APPEARS AT
THE INA FARMA PHARMACY***

By

Kadek Ertina Juniastuti, 2017041173

Department of Management

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions, both simultaneously and partially. This research design uses quantitative research by using causal research design. The subject of this research is Tolak Angin Sido Muncul and the object of this research is product quality, brand image, and purchasing decision. The number of sample in this research is 130 respondents, with sample determination using non probability sampling. Data collection method used in this research is using questionnaire. The data analysis method uses multiple linear regression analysis. The results showed that (1) product quality and brand image have a significant effect on purchasing decisions. (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, purchasing decisions, product quality