

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEMEN TIGA RODA STUDI  
PADA TOKO BANGUNAN KECAMATAN SUKASADA**

Oleh  
**Putu Julia Dewi, NIM 2117011047**  
**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian semen tiga roda studi pada toko bangunan Kecamatan Sukasada, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli semen tiga roda, yang berjumlah 422 konsumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *propotional random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 81 responden. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif, dengan sumber data berasal dari data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Untuk menganalisa data, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis dilakukan secara parsial menggunakan Uji t dan secara simultan menggunakan Uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian semen tiga roda di toko bangunan Kecamatan Sukasada, (2) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian semen tiga roda di toko bangunan Kecamatan Sukasada, dan (3) secara simultan, citra merek (*brand image*) dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian semen tiga roda di toko bangunan Kecamatan Sukasada).

**Kata kunci: Citra Merek; Kualitas Produk; Keputusan Pembelian**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on the purchase decision of Semen Tiga Roda, as a case study at building material stores in Sukasada District, both partially and simultaneously. This research uses a quantitative approach with a causal research design. The population in this study consists of consumers who have previously purchased Semen Tiga Roda, totaling 422 individuals. The sampling technique used is proportional random sampling, with a sample size of 81 respondents. The type of data used is quantitative, with data sourced from primary sources. Data collection was carried out through questionnaires, observation, and documentation. To analyze the data, this study employs multiple linear regression analysis. Hypothesis testing is conducted partially using the t-test and simultaneously using the F-test. The results of the study indicate that: (1) Brand image has a positive and significant influence on the purchase decision of Semen Tiga Roda in building material stores in Sukasada District, (2) Product quality has a positive and significant influence on the purchase decision of Semen Tiga Roda in building material stores in Sukasada District, and (3) Simultaneously, brand image and product quality together have a positive and significant influence on the purchase decision of Semen Tiga Roda in building material stores in Sukasada District.*

**Keywords: Brand Image; Product Quality; Purchase Decision**