

ABSTRAK

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian
(Studi Pada Konsumen Teh Botol Sosro di Indomaret Jl. Sersan Bahrn,
Mrican Kediri)**

Yulia Priskila Widya Kristanti

yuliapriskila1@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing: Dr. Nur Laely, S.E, M.M dan Afif Nur Rahmadi, S.E, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro di Indomaret Jl. Sersan Bahrn, Mrican Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Teh Botol Sosro di Indomaret Jl. Sersan Bahrn, Mrican Kediri. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Karena banyaknya konsumen Teh Botol Sosro yang tidak diketahui jumlahnya maka menggunakan rumus Lemeshow dan diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions (Study on Teh Botol Sosro Consumers at Indomaret Jl. Sersan Bahrn, Mrican Kediri)

Yulia Priskila Widya Kristanti

yuliapriskila1@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing: Dr. Nur Laely, S.E, M.M dan Afif Nur Rahmadi, S.E, M.M

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions of Teh Botol Sosro at Indomaret Jl. Sersan Bahrn, Mrican Kediri. The population in this study were the consumers of Teh Botol Sosro at Indomaret Jl. Sersan Bahrn, Mrican Kediri. Sampling used a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. Because the number of consumers of Teh Botol Sosro is unknown, the number of consumers used is Lemeshow's formula and a sample of 96 respondents is obtained. Collecting data using a questionnaire with a Likert scale. Methods of data analysis using multiple linear regression analysis, t test and F test and the coefficient of determination. The results showed that partially brand image has a significant and positive effect on purchasing decisions. Product quality has a significant and positive effect on purchasing decisions. Simultaneously brand image and product quality have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, purchasing decisions