

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. UKY.TEA (Studi kasus pada PT. Uky.Tea Cabang Cikutra Kota Bandung Jawa Barat)

Oleh :

Moch Olga Widiana

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Uky.Tea Cabang Cikutra Bandung Jawa Barat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *survey*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument angket dengan jumlah sampel 100 responden yang diambil secara *non probability sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen, dan variabel independennya adalah kualitas produk (X_1) dan citra merek (X_2). Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan alat bantu SPSS 25.00 *for windows*.

Berdasarkan hasil analisis data, secara parsial Kualitas Produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) didapatkan nilai t_{hitung} 5,187 dengan taraf signifikansi α sebesar 10%, nilai $t_{tabel} = 1,660$, maka $t_{hitung} 5,187 > t_{tabel} 1,660$, signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan koefisien korelasi mempunyai nilai positif sebesar 0,541. Citra Merek (X_2) terhadap keputusan pembelian didapatkan nilai t_{hitung} 2,404 dengan taraf signifikansi α sebesar 5%, nilai $t_{tabel} = 1,660$, maka $t_{hitung} 2,404 > t_{tabel} 1,660$, signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, maka kualitas produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan koefisien korelasi mempunyai nilai positif sebesar 0,384. Berdasarkan hasil analisis data, secara simultan kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Uky.Tea Cabang Cikutra Bandung didapat nilai F_{hitung} 24,191 dengan taraf signifikansi sebesar 5% nilai $F_{tabel} = 3,09$, maka $F_{hitung} 24,191 > F_{tabel} 3,09$ signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan koefisien korelasi mempunyai nilai positif sebesar 0,367.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian