

## ABSTRAK

Industri manufaktur sebagai salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian negara, PT Digital Cemerlang Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri manufaktur kemasan, Kualitas produk dan citra merek merupakan dua faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama pada industri percetakan kemasan yang semakin kompetitif. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi kualitas produk dan citra merek, serta untuk menganalisis pengaruh keduanya terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian diperoleh dari konsumen PT Digital Cemerlang Indonesia yang melakukan pemesanan produk selama periode tertentu dengan jumlah responden sebanyak 98 orang. Teknik analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, serta uji t (parsial) dan uji F (simultan) dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen PT Digital Cemerlang Indonesia. Variabel citra merek juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti semakin baik kualitas produk dan semakin kuat citra merek yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

*The manufacturing industry, as one of the main pillars in the structure of a nation's economy, positions PT Digital Cemerlang Indonesia as a company engaged in the packaging manufacturing sector. Product quality and brand image are two crucial factors that influence consumer purchasing decisions, particularly in the increasingly competitive packaging printing industry. This study aims to examine the condition of product quality and brand image, as well as to analyze their influence on purchasing decisions, both partially and simultaneously. The research method employed is descriptive and verificative with a quantitative approach. The research sample was obtained from consumers of PT Digital Cemerlang Indonesia who placed product orders within a certain period, with a total of 98 respondents. Data analysis techniques used include multiple linear regression, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, as well as t-test (partial) and F-test (simultaneous), with the assistance of the SPSS program. The results of the study indicate that the product quality variable has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions at PT Digital Cemerlang Indonesia. The brand image variable is also proven to have a positive and significant influence on purchasing decisions. Simultaneously, product quality and brand image significantly influence purchasing decisions, meaning that the better the product quality and the stronger the brand image of the company, the higher the consumer's tendency to make a purchase.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Purchasing Decision.*