

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

L'amore Coffee Bandung

Elsa Dwi Febryansyah

Industri makanan dan minuman, khususnya kedai kopi di Indonesia, mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama di Kota Bandung. *L'amore Coffee* yang terletak di kawasan Cihapit Kota Bandung menghadapi persaingan yang ketat dengan banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan. Hal ini berdampak pada penurunan jumlah pelanggan dan bukti transaksi di *L'amore Coffee* Bandung. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan citra merek, sedangkan untuk variabel dependen adalah keputusan pembelian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Serta bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada *L'amore Coffee* Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden konsumen *L'amore Coffee* Bandung dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan taraf signifikansi sebesar 10% atau 0,1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *L'amore Coffee* Bandung. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar *L'amore Coffee* meningkatkan kualitas produk serta memperkuat citra mereknya untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Brand Image on Purchasing Decisions at L'amore Coffee Bandung.

Elsa Dwi Febryansyah

The food and beverage industry, particularly coffee shops in Indonesia, has experienced rapid growth in recent years, especially in the city of Bandung. L'amore Coffee, located in the Cihapit area of Bandung, faces intense competition from numerous new coffee shops that have emerged. This has resulted in a decline in the number of customers and transactions at L'amore Coffee Bandung. The independent variables in this study are product quality and brand image, while the dependent variable is purchasing decision. The research was conducted to determine how product quality, brand image, and purchasing decision are related. Additionally, the study aims to examine the influence of product quality and brand image on purchasing decision at L'amore Coffee Bandung. This research employs a quantitative method with a descriptive and verifiable approach. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires to 100 consumers of L'amore Coffee Bandung using simple random sampling. The analysis method used in this study was multiple regression analysis with a significance level of 10% or 0,1. The results showed that product quality had a significant effect on purchasing decisions and brand image had a significant influence on the purchasing decisions of L'amore Coffee. To improve product quality and strengthen its brand image to increase purchasing decisions.

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

