

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel yaitu brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini brand image dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun secara parsial. Objek penelitian ini adalah pengguna produk rumble di area kampus Jember yang memiliki jumlah populasi 45 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan brand image dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: brand image, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of two variables: brand image and product quality on purchasing decisions. The hypothesis in this study brand image and product quality influence on purchase decisions simultaneously or partially. The object of this study is the product rumble in Jember campus area which has a population of 45 respondents using census techniques. Data collection techniques using observation, interviews and questionnaires. The analysis includes the validity, reliability, classical assumption (normality test, multicollinearity, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (F test, t test, the coefficient of determination). The results showed that the brand image and product quality simultaneously influence the purchase decisions and brand image and product quality is partially significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, and purchase decisions.