

ABSTRAK

Citra merek dan kualitas produk adalah salah satu unsur pembentuk keputusan pembelian konsumen. Citra merek terdiri dari pengakuan dan *reputation* sedangkan kualitas produk terdiri dari bentuk, kinerja, daya tahan, dan estetika yang akan digunakan untuk menganalisis minat beli ulang jam tangan kayu Matoi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Untuk menguji hubungan tersebut, 138 sampel dikumpulkan dari konsumen yang pernah membeli produk jam tangan kayu Matoi. Setelah data terkumpul terlihat bahwa data tidak terdistribusi dengan normal, sehingga *non-parametric test* yang digunakan sebagai teknik analisis data, yang terdiri dari uji reliabilitas, uji validitas, uji normalitas, analisis deskriptif, korelasi spearman, dan *2-independent samples test*.

Key words :Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang .

ABSTRACT

Brand image and product quality is one of the elements of consumer decision making. Brand image consists of recognition and reputation while product quality consists of shape, performance, endurance, and aesthetics that will be used to analyze the repurchase intention of Matoi watches. The purpose of this research is to analyze the relationship between brand image and product quality with decision of purchasing. To test the relationship, 138 samples were collected from consumers who had purchased Matoi watch products. After the data collected it is shown that the data is not normally distributed, so non-parametric test is used as a data analysis technique, consisting of reliability test, validity test, normality test, descriptive analysis, spearman correlation, and 2-independent samples test.

Key words: Brand Image, Product Quality, Repurchase intention.