

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. TUNAS TEXINDO BANDUNG

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Tunas Texindo Bandung. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Tunas Texindo Bandung dengan jumlah yang tidak diketahui pasti. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* menggunakan teknik *sampling insidental*, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik pada taraf signifikansi 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 20.00*. Pada penelitian ini dinyatakan bahwa kuesioner valid dan reliabel.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah $H_a : \beta_1 \neq 0$ bila $p\text{-value} < 0.05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian dengan pertimbangan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian dengan pertimbangan tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,05$.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY AGAINST PURCHASING DECISIONS ON PT TUNAS TEXINDO BANDUNG

This research aims to analyze how the influence of the brand image and product quality of purchases at PT. Tunas Texindo. The factors tested in this study is the brand image and product quality as the independent variable. While the dependent variable as a purchasing decision.

Research methods used in this research is descriptive and verifikatif methods with quantitative approach. The population in this research is the consumer of PT. Tunas Texindo Bandung with an unknown amount of certainty. The technique of determination of the sample used in this study i.e. non-probability sampling the sampling technique using incidental, to the number of samples in the study was 100 people. Whereas the methods of analysis used in this study is the analysis of logistic regression on the significance level of 5%. The program used in analyzing data using Statistical Package for Social Sciences (SPSS) ver. 8 pm. In this study stated that the questionnaire valid and reliability.

The results of the test the hypothesis in this study was the $H_a: \beta_1 \neq 0$ when p – value 0.05 meaning $< H_0$ denied and H_a is received. Research results show that influential brand image variable partially against the variable purchase decisions with consideration of significant levels of $0.000 < 0.05$. And the results of the study indicate that the variable quality of products partially variable against influential buying decision with consideration of significant levels of $0.000 < 0.05$.

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