

## **ABSTRAK**

Penelitian ini menguji secara empiris sebuah konsep dari kualitas produk dan iklan yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian ulang produk makanan di kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dan iklan sebuah produk dalam menentukan keputusan pembelian di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 150 orang dengan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode accidental sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jenjang. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan iklan tidak berpengaruh sama sekali terhadap keputusan pembelian ulang pembelian produk di kota Bandung ini.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Iklan dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

This study empirically tested a concept of product quality and advertising that allegedly influenced the decision to repurchase food products in the city of Bandung. This study aims to determine the quality of products and advertising of a product in determining purchasing decisions in the city of Bandung. The research method used is descriptive verification research. The sample in this study was 150 people with a sampling technique used was accidental sampling method. The analytical tool used in this study uses level analysis. Data collection was carried out through questionnaires. The results showed that the quality of products and advertisements had no effect at all on the decision to repurchase product purchases in the city of Bandung.

**Keywords: Quality Products, Advertising and Buying Decisions**

