

ABSTRAK

Churin Widiyalestari Sirait, Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Shalempang Di Kabupaten Sampang dibawah Bimbingan Dr. H. Muh. Syarif, Drs.Ec.,M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang, baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang diperoleh sebanyak 97 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk Batik Shalempang di Kabupaten Sampang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

Churin Widiyalestari Sirait, The Effect of Product Quality and Brand Image on the Purchase Decision of Batik Shalempang Product in Sampang District Under the Guidance of Dr. H. Muh. Syarif, Drs.Ec., M.Sc.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and brand image on purchase decision of Batik Shalempang product in Sampang District, both partially and simultaneously on purchase decision. This research used quantitative methods. The data analysis technique used is multiple linier regression analysis. The sampling technique used non-probability sampling technique with the sampling method using purposive sampling method which obtained as many as 97 respondents. The population used in this study is consumers who have bought and used Batik Shalempang products in Sampang District.

The results of this study indicate that product quality and brand image have a partial effect on purchase decision. Product quality and brand image variables simultaneously influence purchase decision.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.