

ABSTRAK

Perkembangan pesat dalam industri makanan ringan, khususnya produk keripik tempe, telah terlihat dalam beberapa tahun terakhir. Persaingan bisnis yang semakin ketat menjadikan citra merek dan kualitas produk sebagai faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persaingan ketat di pasar keripik tempe, terutama di Kota Malang, merupakan tantangan utama yang menyebabkan penurunan penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe Rohani di Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan statistik inferensial dengan 96 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, fokus pada konsumen yang telah membeli Keripik Tempe Rohani di Kota Malang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Keripik Tempe Rohani di Malang melalui citra merek.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rapid developments in the snack food industry, especially tempeh chips products, have been seen in recent years. Increasingly tight business competition makes brand image and product quality the main factors influencing consumer purchasing decisions. Tight competition in the tempeh chips market, especially in Malang City, is the main challenge that has caused a decline in sales. Therefore, this research aims to examine the influence of product quality and brand image on purchasing decisions for Rohani Tempe Chips in Malang. This research uses an inferential statistical approach with 96 respondents selected through a purposive sampling technique, focusing on consumers who have purchased Rohani Tempe Chips in Malang City. Data was collected through questionnaires and analyzed using path analysis. The research results show that: Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, Product quality has a positive and significant effect on brand image, Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Rohani Tempe Chips in Malang through brand image.

Keyword: product quality, brand image, purchasing decisions