

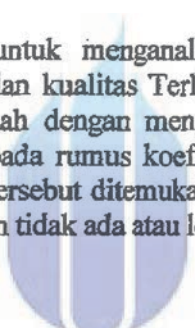
## ABSTRAKS

Sulisno, Hubungan Brand Image dan kualitas Terhadap Keputusan konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sekaligus menganalisa Brand Image dan kualitas Terhadap Keputusan konsumen Pada PT DHL Danzas Jakarta. Adapun tujuan lainnya adalah agar dapat mengetahui lebih jelas lagi tentang Brand Image dan kualitas Terhadap Keputusan konsumen

Untuk penelitian ini digunakan metode penulisan data secara kualitatif dan kuantitatif yang mana variabel  $X_1$  adalah brand image, variabel  $X_2$  adalah kualitas dan variabel Y adalah Keputusan konsumen. Data yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari bacaan dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan dianalisa dan juga berasal dari PT DHL Danzas.

Adapun alat ukur untuk menganalisa pengaruh mengetahui sekaligus menganalisa Brand Image dan kualitas Terhadap Keputusan konsumen Pada PT. DHL Danzas Jakarta adalah dengan menggunakan perangkat lunak komputer SPSS.13 dengan mengacu pada rumus koefisien korelasi. Dari hasil perhitungan dengan peralatan komputer tersebut ditemukan hubungan brand image dan kualitas terhadap keputusan konsumen tidak ada atau lemah



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA