

ABSTRACT

In the era of globalization, many marked by economic development and technological progress in all fields. This led to strict new competition in a business world. Each company is required to be able to create a sustainable competitive advantage in the face of the increasing number of competitors who engaged in the same industry. One of the efforts of a company to be able to continue to survive and increase sales is by paying attention to a brand image and product quality, in order to be able to influence consumer purchase decisions. This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions. The object of this study is the visitor of a McDonald's branch of Gajah Mada, Central Jakarta. The sample in this study amounted to 125 data analysis method used is quantitative analysis with SPSS 24.0 tools that use validity, reliability test, classic assumption test, test multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results show the brand image and product quality significantly and positively influence on purchasing decisions, it is evident from the results of the partial test (t test) and test results simultaneously (F test).

Keywords : *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions*



ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti sekarang, banyak ditandai dengan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi disegala bidang. Hal ini memunculkan persaingan baru yang ketat didalam sebuah dunia usaha. Setiap perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyaknya para pesaing yang bergerak dalam industri yang sama. Salah satu upaya sebuah perusahaan untuk bisa terus bertahan dan meningkatkan penjualan adalah dengan memperhatikan image dalam sebuah merek dan kualitas produk, agar mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah pengunjung dari McDonald's cabang Gajah Mada Jakarta Pusat. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 125 Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan dengan alat bantu spss 24.0 yang menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) dan hasil uji simultan (uji F).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA