

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is influence between product quality, service quality and brand image toward buying decision the decline of the buyers of savings products prizes directly in PT. Bank Bukopin. The research method used was survey method by distributing questionnaires to 142 respondents in West Jakarta who purchased savings products with prizes directly. The tool used to analyze the data is with the SPSS 21 program, and its results show that product quality, service quality and brand image simultaneously have a significant effect on the decision of purchasing savings products with prizes directly at Bank Bukopin in West Jakarta. Coefficient value of positive correlation with interpretation of strong relationship level.

Keywords: Product quality, service quality, brand image and purchase decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merk terhadap keputusan pembelian produk tabungan berhadiah langsung di PT. Bank Bukopin. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 142 responden yang ada di Jakarta barat yang membeli produk tabungan berhadiah langsung. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah dengan program SPSS 21, dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk tabungan berhadiah langsung pada Bank Bukopin di Jakarta Barat. Nilai koefisien korelasi positif dengan interpretasi tingkat hubungan kuat.

Kata kunci : Kualitas produk, kualitas layanan, citra merek dan keputusan pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA