

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality, brand image, and buying intention. Population of this research is 100 students of Universitas Mercu Buana. Data collection was gathered by distributing questionnaire to using accidental sampling data were analysed using spss version 23. The result showed that quality of the products and brand image simultaneously influence on interest in purchasing. As conclusion the company needs to maintain quality of brand image of the product to face the competitors.

Keyword : product quality, brand image, interests buy



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan minat beli. Objek penelitian ini adalah para mahasiswa di Universitas Mercu Buana dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 100 responden. Metode penarikan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Penelitian membuktikan bahwa kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli, Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dan citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli

Kata kunci: Kualitas produk, Citra Merek, Minat beli

