

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK MUSTIKA RATU DI KOTA BANDUNG**

Ditulis Oleh:
Alya Fauziah Zahra

Pembimbing
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si.

ABSTRAK

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat hal ini didukung dengan meningkatnya permintaan ekspor di pasar kosmetik dan juga semakin meningkatnya konsumsi kosmetik di setiap tahunnya ditambah lagi dengan kuatnya perubahan gaya hidup masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian produk Mustika Ratu di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deksriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pada penentuan sampel, penulis menggunakan teknik probability sampling dan nonprobability sampling. Dalam pengumpulan data primer, peneliti menggunakan tanggapan konsumen melalui kuesioner dengan penyebaran kepada 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu validitas, uji reabilitas, asumsi klasik, analisis linear berganda, hipotesis penelitian, uji (t) parsial, uji (F) simultan, dan koefisien korelasi dan determinasi. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) ver. 27*. Hasil penelitian Kualitas Produk dan Citra Merek secara parsial menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Besar pengaruh adalah sebesar 0,325. Artinya Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Citra Merek produk sebesar 32,5% sedangkan sisanya 0,675% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE
ON THE PURCHASE DECISION OF MUSTIKA RATU PRODUCTS IN
BANDUNG CITY**

Written by:
Alya Fauziah Zahra

Perceptor:
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si.

ABSTRACT

The development of the beauty industry in Indonesia has experienced very rapid development, this is supported by the increasing demand for exports in the cosmetics market and also the consumption of cosmetics which continues to increase every year accompanied by strong changes in people's lifestyles. This study aims to determine the effect of product quality and brand image on purchasing decisions for Mustika Ratu products in the city of Bandung. The research method used in this study is a descriptive and verification method with a quantitative approach. In determining the sample, the authors used probability sampling and nonprobability sampling techniques. In collecting primary data, researchers used consumer responses through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis used is validity, reliability test, classical assumption, multiple linear analysis, research hypothesis, partial test (t), simultaneous test (F), and correlation coefficient and determination. The program used in analyzing the data uses the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) ver.27. The results of the research on Product Quality and Brand Image partially show that Product Quality has a significant effect on Purchasing Decisions, and Brand Image has a significant effect on Purchase Decisions. Simultaneously has a significant influence on Purchasing Decisions. The magnitude of the influence is equal to 0.325. This means that the purchase decision is influenced by product quality and product brand image by 32.5% while the remaining 0.675% is influenced by other factors that are not included in the variables examined in this study.

keywords: Product Quality, Brand Image, Purchase Decision.