

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian IndiHome di Plasa Telkom Gresik pada saat pandemi *covid-19*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan dua variabel yaitu variabel X1 (Citra Merek), X2 (Kualitas Produk) dan variabel Y (Keputusan Pembelian). Data ini diperoleh dan dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online yang hasilnya akan diolah menggunakan software Microsoft Excel dan SPSS dengan menggunakan metode regresi linear berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, dengan nilai signifikan di bawah 0,005 dan nilai F hitung (109,805) > F tabel (3,09). Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel citra merek sebesar 2,372 dan kualitas produk sebesar 6,422 lebih besar dari t tabel (1,986), maka dinyatakan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Pada hasil uji determinasi variabel independen (citra merek dan kualitas produk) terdapat pengaruh sebesar 70,3% terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan sebanyak 29,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This research aims to analyze the effect of brand image and product quality on IndiHome purchasing decisions at Plasa Telkom Gresik during the covid-19 pandemic. This research is a quantitative research that uses two variables, namely variable X1 (Brand Image), X2 (Product Quality) and variable Y (Purchase Decision). This data was obtained and collected by distributing questionnaires online, the results of which will be processed using Microsoft Excel and SPSS software using multiple linear regression methods.*

*The test results show that the brand image and product quality variables simultaneously have an influence on the purchasing decision variable, with a significant value below 0.005 and the calculated F value (109.805) > F table (3.09). The results of this study also indicate that the t value of the brand image variable is 2.372 and the product quality is 6.422, which is greater than the t table (1.986). Then it is stated to have an effect on the purchasing decision variable. In the test results of the determination of the independent variables (brand image and product quality) there is an influence of 70.3% on the dependent variable (purchase decision). Meanwhile, as much as 29.7% is influenced by other variables.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Purchase Decision*