

Pengaruh *Citra Merek dan Kualitas Produk* terhadap Keputusan Pembelian

Bakpia Pathuk 25

(Studi Kasus Masyarakat di Yogyakarta)

Sinta Kurnia Dewi

Program Studi Manajemen Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Bakpia Pathuk 25 pada Masyarakat di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan studi kepustakaan. Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis linear berganda, uji koefisien determinasi, dan uji F. Kemudian menggunakan perhitungan korelasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan signifikansi Citra merek dan Kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian Bakpia Pathuk 25.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian Bakpia Pathuk 25. Diperoleh persamaan regresi $Y = 0,648 X_1 + (-0,011) X_2$ yang memiliki arti bahwa variabel Citra merek dan Kualitas produk tidak sama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, melainkan variabel Citra merek yang berpengaruh positif dalam keputusan pembelian Bakpia Pathuk 25 sedangkan variabel Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Bakpia Pathuk 25.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Citra merek dan Kualitas produk secara bersama-sama (silmultan Uji F) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel keputusan pembelian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,391. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 39,1% Keputusan Pembelian konsumen terhadap pembelian dipengaruhi oleh variasi bebas, yaitu Citra Merek (X_1), dan variabel bebas Kualitas Produk (X_2), Sedangkan sisanya sebesar 60,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel atau sebab-sebab lainnya di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF *BRAND IMAGE* AND *PRODUCT QUALITY* ON PURCHASE DECISION *BAKPIA PATHUK 25*

(Case Study Of Society in Yogyakarta)

Sinta Kurnia Dewi

Program Studi Manajemen Departemen Ekonomika dan Bisnis Sekolah Vokasi

ABSTACT

This study to determine the effect of Brand Image and Quality Product to Purchase Decision Bakpia Pathuk 25 of Society in Yogyakarta. This study use a questionnaire and literature study. The analysis used is quantitative analysis of multiple linear regression analysis, the coefficient of determination test, and test F. Then use correlation calculation to determine how much influence and significance of the brand image and quality product of the Bakpia Pathuk 25.

The result showed that the brand image and quality product vsriables have a significant impact on the Bakpia Pathuk 25 purchase decision. Regression equation $Y = 0,648 X_1 + (-0,011) X_2$ which means that variable quality product not positive influence on purchase decisions Bakpia Pathuk 25 and variables brand image a positive influence on purchase decisions Bakpia Pathuk 25.

From this study it can be concluded that the brand image and quality produk variables simultaneously (simultaneous F test) have a positive influence on purchase decision variables. The value of Adjusted of R Square of 0,391. It shows that 39,1 % of consumer purchase decision to purchase is influenced by variations of the two independent variables, that is the brand image and quality product, while the remaining 60,9 % is influenced by other variables not examined.

Keyword : Brand Image, Quality Product, Purchasing Decision