

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap keputusan pembelian pada Wagoon Coffe cabang Banda Bandung. Dimana perkembangan coffee shop di kota Bandung semakin pesat, dengan Brand yang unik dan menawarkan produk. Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori kualitas produk, merek, brand image, keputusan pembelian. Dalam penelitian ini kualitas produk(X1) dan *brand image*(X2) sebagai variable independen dan keputusan pembelian sebagai variable dependen (Y).

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, metode pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang diambil adalah konsumen Wagoon coffe Bandung. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner, yang akan dibagikan kepada 100 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan dan koefisien determinasi.

Kata Kunci : kualitas produk, *brand image*, keputusan pembelian