

ABSTRAK

Konsumen yang akan membeli suatu produk tak luput dari berbagai pertimbangan hingga dapat memutuskan keputusan pembelian suatu barang. Citra merek merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan keputusan terhadap barang yang akan dibeli, begitu juga dengan kualitas produk. Barang dengan kualitas baik maka dapat menarik konsumen untuk membeli barang tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Kota Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan bentuk hubungan kausal.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan software IBM SPSS versi 23, secara simultan variabel independen yang terbagi atas Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, didapatkan hasil yang menunjukkan variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap citra merek pada kategori baik sebesar 81,1%, kualitas produk pada kategori baik sebesar 81,3% dan keputusan pembelian pada kategori baik sebesar 80,5%. Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan pembelian produk Eiger di Kota Bandung yaitu sebesar 78.8%.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian