

## ABSTRAK

Saat ini industri makanan dan minuman mengalami perkembangan yang cukup pesat. Wilayah Sukabumi menjadi salah satu wilayah dengan pertumbuhan restoran yang cukup tinggi. Salah satunya yaitu Lazatto, sebagai restoran cepat saji yang cukup berkembang di Sukabumi. Dalam penjualan Lazatto di Sukabumi, terdapat permasalahan pada kondisi keputusan pembelian yang tidak sesuai dengan harapan perusahaan, sehingga penjualannya pun rendah. Berdasarkan hasil jawaban dari responden pada pra survey di awal, diduga keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh kualitas produk dan *brand image*. Dimana kualitas produk menjadi hal utama konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, dan menjadi akar penentu konsumen tersebut menyukai suatu produk pada perusahaan atau tidak. Begitu juga dengan *brand image*, ketika *image* konsumen positif pada sebuah produk maka akan memungkinkan konsumen tersebut melakukan pembelian pada produk tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Lazatto di Sukabumi. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Kuesioner disebarakan kepada 100 responden dan pengolahan data menggunakan SPSS 26 windows 10.

Hasil penelitian ini telah menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dalam kategori baik dengan skor 80%, variabel *Brand Image* dalam kategori baik dengan skor 79% dan variabel Keputusan Pembelian dalam kategori baik dengan skor 79%. Serta Kualitas Produk berpengaruh secara parsial sebesar 2,554 terhadap Keputusan Pembelian dan *Brand Image* berpengaruh secara parsial sebesar 5,535 terhadap Keputusan Pembelian. Kemudian Kualitas Produk dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian sebesar 56,114. Adapun variabel Kualitas Produk dan *Brand Image* mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,536 atau 53,6%,. Sementara sisanya yaitu sebesar 0,464 atau 46,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.**