

ABSTRAK

Perkembangan produk perawatan gigi dan mulut di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat dikarenakan tingginya angka kesadaran masyarakat untuk merawat kesehatan gigi dan mulut sehingga mendorong para produsen untuk meluncurkan produk unggulannya. Para produsen diharapkan dapat meningkatkan penjualan melalui minat pembelian pada produknya, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan oleh para produsen agar dapat menarik perhatian para konsumennya. Perusahaan harus memiliki kreatifitas dan inovasi agar produk tersebut dapat dengan mudah diingat di benak konsumen dengan memerhatikan kualitas produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap minat beli produk pepsodent di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Non-Probability Sampling jenis Purposive Sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 masyarakat Kota Bandung yang menggunakan produk pepsodent. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image produk pepsodent dalam kategori sangat baik, kualitas produk pepsodent sangat baik, dan minat beli produk pepsodent dalam kategori sangat baik. Hasil penelitian secara simultan diketahui bahwa brand image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dengan diperoleh nilai ($t_{hitung} 4,287 > t_{tabel} 1,985$) dan angka signifikan $0,000 < 0,05$. Secara parsial diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, diperoleh nilai ($t_{hitung} 2,927 > t_{tabel} 1,985$) dan angka signifikan $0,004 < 0,05$. Berdasarkan hasil dan pengolahan data yang didapat diketahui nilai f_{hitung} sebesar 112.349, nilai $F_{tabel} : 3,09$, karena nilai ($F_{hitung} 112,349 > F_{tabel} 3,09$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Brand Image dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Produk Pepsodent di Kota Bandung.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli.