

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Telkom University. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Telkom University serta bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek secara parsial dan simultan terhadap minat beli Teh Botol Sosro.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dan *Sampling Purposive* dengan jumlah 400 responden yaitu mahasiswa Universitas Telkom. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli Teh Botol Sosro. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel ($120,520 > 3,018$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dan hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli Teh Botol Sosro. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli berpengaruh sebesar 71,3% dan sisanya sebesar 28,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek Dan Minat Beli