

ABSTRAK

Pada tahun 2019, industri minuman di Indonesia tumbuh sebesar 22%. Hal ini sejalan dengan *viralnya* minuman Boba pada saat itu. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara paling menyukai minuman boba di Asia Tenggara pada tahun 2022. Hal ini menjadikan banyak bermunculannya kedai minuman manis dan meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Salah satu merek produk minuman manis yang terkenal adalah Chatime. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk minuman Chatime di Bandung Raya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sampel diambil dengan metode *non probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang dilakukan, variabel citra merek dan kualitas produk secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dan variabel keputusan pembelian pun secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi linear berganda citra merek dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk minuman Chatime di Bandung Raya dengan persentase sebesar 57,9% dan sisanya 42,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan secara parsial, citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Chatime, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Perilaku Konsumen