

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survei Pada Pengguna *Smartpone* Samsung di Wilayah Seyegan Sleman)

DANANG WINARNO

141130056

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Pada Pengguna *Smartpone* Samsung di Wilayah Seyegan Sleman. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang membeli *smartpone* Samsung di wilayah Seyegan Sleman. Sampel pada penelitian ini sebanyak 120 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *purpose sampling*. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linear berganda. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kedua variabel independen yang diteliti yaitu variabel kualitas produk dan citra merek terbukti berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa kedua variabel kualitas produk dan citra merek memang layak untuk menguji variabel keputusan pembelian. Nilai *R square* sebesar 0.613 menunjukkan bahwa 61,3% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan citra merek dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar sisanya sebesar 38,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.