

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM AICE  
SURVEY TERHADAP MAHASISWA MANAJEMEN UPN “VETERAN”**

**YOGYAKARTA**

**RIZKY KURNIA PRISMIANTO**

**141140081**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[rizkykurniaprismanto@gmail.com](mailto:rizkykurniaprismanto@gmail.com)

**Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian EsKrim Aice SURVEY TERHADAP MAHASISWA MANAJEMEN UPN “VETERAN” YOGYAKARTA. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* terhadap 150 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variable Kualitas Produk dan *Brand Image* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.005$ . Dan nilai R Square sebesar 0.865, artinya 86.5% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen (Kualitas Produk dan *Brand Image*) dan sisanya yaitu 13.5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk dan *Brand Image* bernilai positif dan signifikan.

**Kata kunci: Kualitas Produk dan *Brand Image*, Keputusan Pembelian**