

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK BATU BACAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO MANTO *SILVER GEMSTONE* BANDAR LAMPUNG

Oleh

Ardinan Asri Megatama

Kualitas produk dan citra merek batu Bacan lebih populer dalam dunia batu akik di Indonesia. Untuk mendapatkan batu yang berkualitas haruslah mempunyai Bentuk (Form), Fitur (Feature) Penyesuaian (Customization), Kualitas Kinerja (Performance Quality), Kualitas Kesesuaian (Conformance Quality), Ketahanan (Durability) Keandalan (Reliability), Kemudahan Perbaikan (Repairability), Gaya (Style). Dalam membeli produk batu Bacan, konsumen memperhatikan citra merek produk tersebut agar persepsi konsumen terhadap batu tersebut baik. Komponen yang terdapat di citra merek terdiri dari Citra Pembuat (Corporate Image), Citra Pemakai (*User Image*), Citra Produk (Product Image). Untuk itu penjual perlu mengenali lima tahap konsumen dalam membeli sesuatu yaitu: Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Penilaian Alternatif, Keputusan Pembeli, Prilaku Setelah Membeli.

Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek batu Bacan terhadap keputusan pembelian di Toko Manto Silver Bandar Lampung. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hipotesis yang diajukan adalah diduga Pengaruh Kualitas Produk (X1) Citra Merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Batu Bacan

Nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel ($73,299 > 3,06$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, nilai signifikansi hasil *print out* ternyata dibawah alpha yang ditentukan 5% maka secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (Kualitas Produk dan Citra Merek) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batu Bacan di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung.

Nilai t hitung pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 5,952 lebih besar dari t tabel yaitu 1,978. Hal ini berarti Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai t hitung pada variabel Citra Merek (X2) sebesar 8,668 lebih besar dari t tabel yaitu 1,978. Hal ini berarti Citra Merek (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Batu Bacan di Toko Manto *Silver Gemstone* Bandar Lampung sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.