

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa yang mengkonsumsi minuman bersoda merek coca-cola di Universitas Medan Area baik secara parsial maupun simultan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis sehubungan seberapa besar kualitas produk dan citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Dengan waktu penelitian direncanakan pelaksanaannya mulai dari bulan Mei 2016 sampai dengan Nopember 2016. Data yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah data kualitatif sedangkan sumber data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah data primer Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area stambuk 2015 yang berjumlah 403 Mahasiswa sedangkan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Stambuk 2015 dengan total jumlahnya yaitu 100 orang. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah melalui daftar pertanyaan (*Questioner*) dengan pengukuran data melalui Instrumen Skala Likert, sedangkan analisis data dilakukan dengan mempergunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan dan penjelasan di atas, maka berikut ini disampaikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek coca-cola pada mahasiswa Manajemen dan Akuntansi stambuk 2015 di Universitas Medan Area karena berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh hasil untuk variable Kualitas Produk dengan nilai thitung $>$ t tabel ($2,797 > 1,660$) dengan tingkat signifikan $0,006 < 0,05$.
2. Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek coca-cola pada mahasiswa Manajemen dan Akuntansi stambuk 2015 di Universitas Medan Area karena berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini diperoleh hasil untuk Citra Merek diperoleh thitung $>$ ttabel ($0,900 < 1,660$) dengan tingkat signifikan $0,370 > 0,05$.
3. Kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman bersoda merek coca-cola pada Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi stambuk 2015 di Universitas Medan Area karena berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai Fhitung $>$ Ftabel ($19,207 > 3,09$).

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*