

**Analisis *Brand Image* dan Kualitas Produk PT. Sarang Tawon Sukses Abadi  
terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran dan *Café* di Kota Medan  
(Studi kasus pada PT. Sarang Tawon Sukses Abadi)**

Oleh:

Desi Ratna Sari Gea

1601020014

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada PT. Sarang Tawon Sukses Abadi di Kota Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu dengan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana instrumen penelitian berupa kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Restoran dan *Café* di Kota Medan khususnya Restoran dan *Café* yang telah melakukan pembelian rutin. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* sedangkan uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta 0.270 dan signifikan dengan tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikan 0.039, variabel kualitas produk berpengaruh positif dengan nilai koefisien beta 0.485 dan signifikan dengan tingkat kesalahan 5% dengan nilai signifikansi 0.000. Pengujian secara simultan yaitu *brand image* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai F 54.59 dan nilai signifikan 0.000. Besarnya analisis *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (*adjusted R<sup>2</sup>*) adalah 0.599. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = -0.541 + 0.270 \text{ brand image} + 0.485 \text{ kualitas produk} + e$

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

***Analysis of Brand Image and Product Quality Products of Incorporated Company of Sarang Tawon Sukses Abadi on Purchasing Decisions at Restaurants and Cafes in Medan City (Case study at Incorporated Company of Sarang Tawon Sukses Abadi)***

By

Desi Ratna Sari Gea

1601020014

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image and product quality on product purchasing decisions at Incorporated Company of Sarang Tawon Sukses Abadi in Medan City. The sampling technique used a non-probability sampling technique, namely the purposive sampling method. The analysis used is multiple linear regression analysis.*

*This research is quantitative research, where the research instrument is a questionnaire. The population in this study are restaurants and cafes in Medan City, especially restaurants and cafes that have carried out routine purchases. The validity test of the instrument used Confirmatory Factor Analysis and the reliability test used Alpha Cronbach.*

*The results of this study indicate that the brand image variable has a positive effect with a beta coefficient of 0.270 and is significant with an error rate of 5% with a significant value of 0.039, the product quality variable has a positive effect with a beta coefficient value of 0.485 and is significant with an error rate of 5% with a significance value of 0.000. Simultaneous testing, namely brand image and product quality have a positive and significant effect with an F value of 54.59 and a significant value of 0.000. The amount of analysis of brand image and product quality on purchasing decisions (adjusted R<sup>2</sup>) is 0.599. The regression equation obtained is  $Y = -0.541 + 0.270 \text{ brand image} + 0.485 \text{ kualitas produk} + e$*

***Keywords: Brand Image, Product Quality, and Purchase Decision***