

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kopi Bubuk GUNPAS di Kecamatan Panti Kabupaten Pasaman”**. Disusun oleh **Sabrina, NIM 3722170**. Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha kopi bubuk lokal, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki citra merek yang kuat serta kualitas produk yang mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kopi Bubuk Gunpas merupakan salah satu usaha kopi lokal di Kecamatan Panti Kabupaten Pasaman yang telah lama beroperasi, namun masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana keputusan pembelian konsumen Kopi Bubuk Gunpas dipengaruhi oleh citra merek dan kualitas produk.

Studi kasus penelitian ini adalah konsumen Kopi Bubuk Gunpas yang berada di Kecamatan Panti Kabupaten Pasaman. Metodologi kuantitatif digunakan dalam penelitian lapangan ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Bubuk Gunpas di Kecamatan Panti Kabupaten Pasaman, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampel jenuh sehingga diperoleh sampel sebanyak responden yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda disertai dengan uji koefisien korelasi, uji t, dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Gunpas. Selain itu, kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Bubuk Gunpas. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap merek serta kualitas produk yang ditawarkan oleh kopi bubuk Gunpas memiliki peranan penting dalam menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pemilik usaha dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat, meningkatkan daya saing usaha, serta mendukung keberlangsungan usaha kopi lokal secara berkelanjutan.

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