ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGES* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BOLA VOLI MEREK MIKASA PADA TOKO JAWA SUMATRA SPORT UJUNG BATU ROHUL RIAU

AHMAD SHOLEH
NIM: 11471102367

Penelitian ini dilakukan pada Toko Olahraga Jawa Sumatra Sport di Kabupaten Rokan Hulu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Bola Voli merek Mikasa yang berjumlah 74 konsumen pada tahun 2018, teknik pengambilan sampel diambil secara accidental sampling, dengan sampel sebanyak 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS V. 23. Dari Uji t diperoleh hasil bahwa variabel Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari Uji F diperoleh hasil bahwa Brand Image dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Angka Adjusted R Square sebesar 0.235 menunjukkan bahwa 23,50% variabel Keputusan pembelian terhadap Brand Image dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya 76,50% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : ***Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan dan Kinerja***

UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
©Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
UIN SUSKA RIAU