

ABSTRAK

Pada masa pandemi covid 19 ini banyak orang mencari minuman kesehatan agar terhindar dari virus ini. Salah satunya dengan mengkonsumsi susu Bear Brand. Banyak orang beranggapan bahwa susu Bear Brand memiliki khasiat yang dapat menjaga kesehatan dan meningkatkan imun tubuh, sehingga dengan mengkonsumsi susu Bear Brand bisa meningkatkan kekebalan tubuh dan dapat mengurangi tertularnya dari virus covid 19. Tujuan dalam penelitian ini untuk melihat apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen susu Bear Brand di Kota Lumajang. Perolehan data di dapat dengan melakukan penyebaran kuesioner, dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga serta teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Uji hipotesis menggunakan teknik **analisis** regresi berganda. Hasil yang didapat setelah melakukan uji parsial atau uji t diperoleh hasil sebagai berikut : 1) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian susu Bear Brand di Kota Lumajang. 2) *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian susu Bear Brand di Kota Lumajang. 3) Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah 0,081 atau 8,1% Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk dan *Brand Image*.

Kata kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

During a COVID-19 pandemic, many people are looking for health drinks to avoid this virus. One of them is by consuming Bear Brand milk. Many people think that Bear Brand milk has properties that can maintain health and increase body immunity, so consuming Bear Brand milk can increase immunity and can reduce transmission from the covid 19 virus. The purpose of this study is to see if there is an influence on Product Quality and Brand Image of Purchase Decision on Bear Brand milk consumers in Lumajang City. Obtaining data can be done by distributing questionnaires, with a total of 60 respondents. The population in this study is infinite and the sampling technique used is Accidental Sampling. Hypothesis testing using multiple regression analysis techniques. The results obtained after conducting a partial test or t test obtained the following results: 1) Product quality has no effect on Bear Brand Milk Purchase Decisions in Lumajang City. 2) Brand Image has no effect on Bear Brand Milk Purchase Decisions in Lumajang City. 3) The value of the coefficient of determination (R^2) produced is 0.081 or 8.1%. Purchasing decisions can be explained by the variables of Product Quality and Brand Image.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Buying Decision.*

