

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KERUPUK
IKAN CV LAKSANA JAYA DI KEBALEN KABUPATEN BEKASI**

Harfanly Bramley Munte¹⁾, Widi Winarso, S.E., M.M²⁾, Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi.,
M.M³⁾, Milda Handayani, S.E., M.M⁴⁾, Dra. Rini Wijayaningsih, M.M⁵⁾
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Correspondence		
Email: Harfanly900@gmail.com ¹⁾ , Widi.Winarso@dsn.ubharajaya.ac.id ²⁾ , Kardinah.Indrianna@dsn.ubharajaya.ac.Id ³⁾ , Milda.Handayai@dsn.ubharajaya.ac.Id ⁴⁾ , Rini.Wijayaningsih@dsn.ubharajaya.ac.Id	No. Telp:	
Submitted: 29 Januari 2024	Accepted: 8 Februari 2024	Published: 9 Februari 2024

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence brand image and product quality have on purchasing decisions for CV Laksana Jaya fish cracker products in Kebalen, Bekasi Regency. The population in this study were all consumers of fish cracker products such as Jaya in Kebalen, Bekasi Regency. This research uses quantitative methods. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 110 respondents. This sampling technique uses a simple random sampling method. The research results show that the Brand Image variable has a partial influence, with a t-count value greater than t-table ($3.855 > 1.659$), the product quality variable has a partial influence, with a t-count value greater than t-table ($4.999 > 1.659$). Based on the results of the simultaneous F test, the calculated F value was 72.394 with a significant value of 0.000. The value of fcount > ftable is 3.080 and the sig value is smaller than 0.05. Therefore, Ho is rejected or Ha is accepted, which means that simultaneously the influence of brand image and product quality has a significant effect on purchasing decisions for CV Laksana Jaya fish cracker products in Kebalen, Bekasi Regency.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada 110 responden. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh secara parsial, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3.855 > 1.659$), variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4.999 > 1.659$). Berdasarkan hasil Uji F simultan telah diperoleh nilai F hitung sebesar 72,394 dengan nilai signifikan 0,000. nilai f-hitung > f-tabel sebesar 3,080 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. Maka dari itu Ho ditolak atau Ha diterima yang berarti bahwa secara simultan Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis menjanjikan banyak peluang dan tantangan bagi semua perusahaan. Perusahaan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Di sisi lain perusahaan juga harus mengerti kemauan konsumen. Bisnis dengan potensi pertumbuhan yang baik memiliki ancaman tersendiri, seperti dalam industri kerupuk ikan. Ancaman yang timbul



ditandai dengan munculnya pelaku usaha yang ingin mendapatkan untung secara lebih dengan melakukan cara yang tidak baik. Keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya (Suri Amilia 2019). Banyak pengusaha yang mampu bersaing dalam ruang lingkup bisnis, sehingga mendapatkan pendapatan yang cukup menguntungkan. Hal ini juga sudah dirasakan dengan bisnis kerupuk ikan. Kerupuk ikan merupakan makanan kering yang disukai anak-anak hingga orang dewasa.

Fenomena keputusan pembelian yang terjadi pada bisnis CV Laksana Jaya ini masih rendah. Hal ini disebabkan CV Laksana Jaya masih kurang dalam mempromosikan usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa CV Laksana Jaya hanya mempromosikan produk dengan cara menjual ke warung-warung sehingga citra merek dari CV Laksana Jaya tersebut kurang dikenal oleh masyarakat sekitar Bekasi. Penyebab lain dari rendahnya keputusan pembelian adalah kualitas suatu produk. Produk milik CV Laksana Jaya memiliki kualitas yang rendah karena kurangnya konsistensi pada rasa saat memproduksi dan juga kurangnya aroma dari kerupuk ikan tersebut.

Pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya harga, kualitas produk, citra merek, lokasi pembelian, jumlah dibeli, metode pembayaran, dan gaya hidup konsumen. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk. Hal tersebut dikarenakan citra merek dan kualitas produk merupakan faktor utama atau faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut terjadi karena citra merek merupakan suatu penggambaran sifat-sifat ekstrinsik produk maupun layanan, termasuk usaha merek dalam memenuhi kebutuhan sosial ataupun psikologis bagi pelanggannya (Puspita and Rahmawan 2021).

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Astuti, Ardila, and Lubis 2019). Saat ini persepsi konsumen tentang sebuah produk yang mahal harganya sudah pasti kualitasnya bagus. Namun, kenyataannya konsumen akan memilih (Fatlahah 2018) sebuah produk yang memiliki sebuah citra merek dari sebuah produk.

Citra merek memberikan jaminan tentang kualitas produk dan manfaat yang diberikan kepada konsumen. Produk dengan citra merek yang baik akan meningkatkan minat beli konsumen. Sebaliknya, produk yang memiliki citra merek kurang baik mengakibatkan konsumen cenderung menyebarkan informasi negatif produk tersebut. Maka, diperlukan penelitian mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya di Kebalen, Kabupaten Bekasi.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Citra Merek

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dianut pelanggan terhadap suatu produk tertentu. Hal ini tertanam dalam ingatan konsumen dan akan tercermin dalam perilaku pembelian konsumen (Amron 2018).

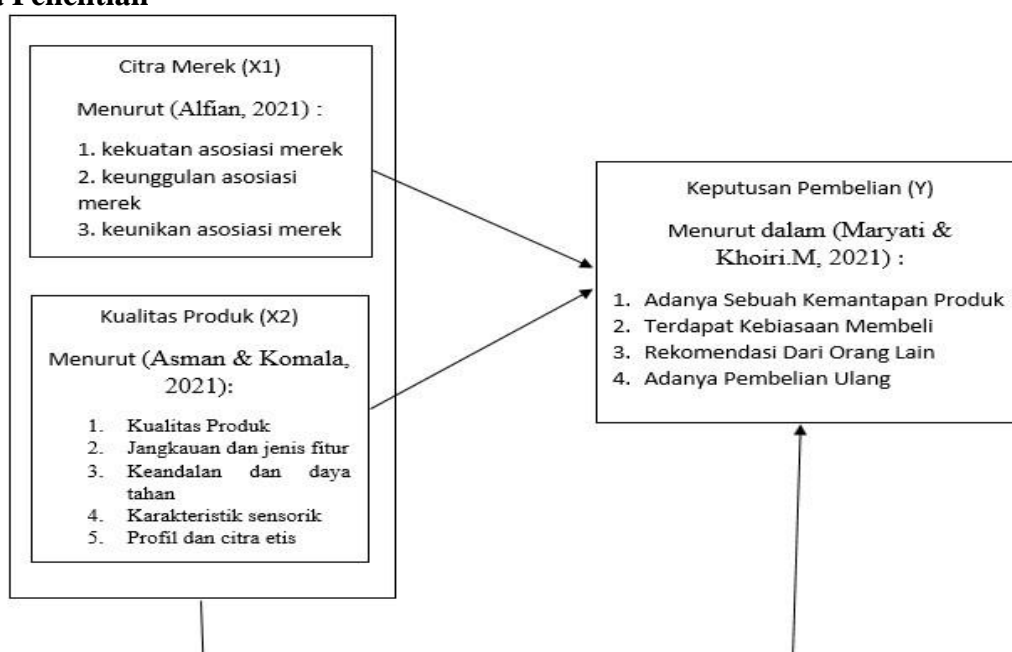
Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah (Marpaung et al. 2021).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pemecahan masalah oleh individu dengan memilih alternatif perilaku dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam pembelian dengan mengambil langkah pertama dari proses pengambilan keputusan (Marbun, Ali, and Dwikoco 2022).

Kerangka Penelitian



Hipotesis:

H₁ : Diduga citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H₂ : Diduga kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H₃ : Pengaruh citra merek dan kualitas produk secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Desain yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan menggunakan teknik pengolahan data yaitu aplikasi statistik windows SPSS guna membandingkan variabel yang dipertimbangkan dalam survei ini dengan desain yang digunakan dalam penelitian ini. Metode ini digunakan untuk mengambil kesimpulan atau membuat prediksi berdasarkan data yang dikumpulkan. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (bebas) dan variabel terikat (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah pelatihan, motivasi dan disiplin kerja. Sementara itu, variabel yang terikat dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan.

Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang sudah pernah membeli produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi sebanyak lebih dari satu kali yaitu 110 orang berdasarkan data penjualan terbaru bulan September. Data yang dianalisis dalam penelitian ini menggunakan data primer. Kuesioner dan observasi merupakan dua jenis sumber data primer yang digunakan pada penelitian ini. Untuk memastikan hasilnya akurat dan dapat dipercaya, penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data yang digunakan dalam penelitiannya. Dalam mengumpulkan informasi yang akan dianalisis, melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen kerupuk ikan CV Laksana Jaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.92067739
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.052
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

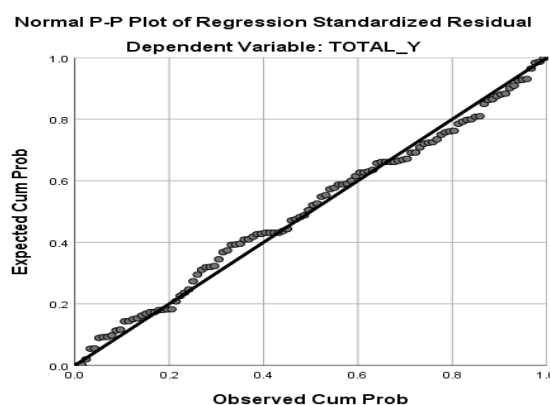
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan hasil dari uji normalitas dengan metode One sample Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp.sig sebesar 0,053 hal tersebut menunjukkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi dengan normal karena melebihi ketentuan yaitu 0,05.



Gambar 4.3 Uji Normalitas

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Pada model plot uji normalitas di atas menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal pada diagonalnya, maka model regresi diasumsikan normal. Dan dapat ditarik kesimpulan data yang diperoleh terdistribusi dengan normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hubungan antara citra merek dan kualitas produk (variabel independen) dengan keputusan pembelian (variabel dependen) dengan menggunakan model regresi. Berikut adalah tabel hasil analisis regresi berganda :

Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.014	3.203		3.126	.002		
	TOTAL_X1	.445	.116	.355	3.855	.000	.469	2.131
	TOTAL_X2	.566	.113	.460	4.999	.000	.469	2.131

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

1. Konstan : 10,014

Hal ini berarti keputusan pembelian pada produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya sebesar 10,014 angka ini merupakan konstanta yang mempunyai arti jika nilai variabel citra merek dan kualitas produk sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian sebesar 10,014.

2. Citra merek (X1)

Nilai koefisien regresi Citra merek sebesar 0,445. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel citra merek sebesar 1, maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya sebesar 0,445.

3. Kualitas Produk (X2)

Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,566. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel beban kerja sebesar 1, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,566.

Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menunjukkan kepentingan relatif setiap variabel bebas dalam menjelaskan perbedaan variabel terikat. Nilai t-hitung dibandingkan dengan t-tabel untuk melakukan pengujian. Jika t-hitung variabel bebas lebih besar dari nilai t- tabel dan jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan signifikan

Tabel 4.11 Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.014	3.203		3.126	.002		
	TOTAL_X1	.445	.116	.355	3.855	.000	.469	2.131
	TOTAL_X2	.566	.113	.460	4.999	.000	.469	2.131

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Pengujian dilakukan menggunakan pengolahan data program SPSS versi 26. Hasil dari uji tersebut dapat di lihat dalam tabel 4.11 sebagai berikut:

1. Dari uji t variabel pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian Citra merek memiliki t-hitung 3,855 dengan signifikan sebesar 0,000. Karena nilai t hitung 3,855 lebih besar dari t-tabel 1,659 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka diterima dan dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif.
2. Hasil dari uji t variabel pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian kualitas produk memiliki t-hitung 4,999 lebih besar dari t-tabel t dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka ha1 diterima. maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif.

Uji F (Signifikan Simultan)

Hasil uji F dapat digunakan untuk mengetahui secara bersamaan apakah ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Dasar keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai f hitung lebih kecil dari nilai f tabel artinya variabel independen secara Bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen;
2. Jika f hitung lebih besar dari nilai f tabel artinya variabel independen secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah hasil dari uji F pengaruh citra merek dan kualitas produk secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2267.247	2	1133.624	72.394	.000 ^b
	Residual	1675.517	107	15.659		
	Total	3942.764	109			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber: IBM SPSS Statistik 26 (olah data)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai f-hitung sebesar 72,394 dengan nilai signifikan 0,000. nilai f-hitung >f-tabel sebesar 3,080 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05, maka H3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra merek dan kualitas produk secara bersama sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel terikatnya, penting untuk mengetahui nilai koefisien determinasi. maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.567	3.957

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: IBM SPSS Statistik 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas $R = 0,758$ atau 75,8% artinya sebesar 75,8% pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian, dan nilai koefisien determinasi (Adj. R²) sebesar 0,567 hal ini menjelaskan bahwa adanya kontribusi citra merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian sebesar 56,7% dan sisanya 46,7% oleh variabel lain.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji yang telah dihitung menggunakan program aplikasi SPSS versi 26 dengan variabel Citra merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kerupuk Ikan CV Laksan Jaya di kebalen Kabupaten Bekasi dapat dijelaskan melalui pembahasan dibawah ini sebagai berikut :

1. Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, hal tersebut dapat dilihat dari uji t sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai thitung yang didapat dari variabel Citra Merek sebesar $3,855 > t\text{-tabel } 1,659$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan sebaran pernyataan kuesioner yang diperoleh dari 3 indikator citra merek yaitu kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, keunikan asosiasi merek menurut penelitian (Rachmawati & Andjarwati, 2020) dapat disimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi. Hal ini terlihat pada tanggapan responden, dimana sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan pada kuesioner yang disampaikan sesuai indikator citra merek. Citra merek berhubungan erat dengan keputusan pembelian. Peran citra merek sangat penting bagi konsumen, karena citra merek yang baik akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Tanady & Fuad, 2020). Artinya citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi. Hasil penelitian ini searah dengan kajian yang dilakukan oleh (Kyswanto et al., 2021) yang berjudul "Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Focallure Berdasarkan Review Influencer Tasya Farasya (Studi Pada Wanita Yang Melakukan Pembelian Di Online Shop Shopee)" menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H2) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, hal tersebut dapat dilihat dari uji t sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai thitung yang didapat dari variabel kualitas produk sebesar $4,999 > t\text{-tabel } 1,659$. Berdasarkan sebaran pernyataan kuesioner yang diperoleh dari 5 indikator kualitas produk yaitu kualitas produk, jangkauan dan jenis fitur, reabilitas atau daya tahan, karakteristik sensorik, profil dan citra etis menurut penelitian (Asman & Komala, 2021) dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi. Hal ini terlihat pada tanggapan responden, dimana sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap pernyataan pada kuesioner yang disampaikan sesuai indikator kualitas produk. Kualitas produk erat kaitannya dengan keputusan pembelian, dimana kualitas produk menjadi salah satu aspek pertimbangan konsumen dalam memutuskan

pembelian. Kualitas yang baik akan berujung pada kepuasan konsumen yang selanjutnya akan membuat konsumen tersebut menjadi loyal terhadap produk tersebut (Salman Farisi, 2018). Artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen kabupaten Bekasi. hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Ernawati, 2019) penelitiannya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

3. Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji simultan pada F-hitung sebesar $72,394 > F\text{-tabel } 3,080$ atau F-hitung lebih besar dari pada F-tabel. Hal ini juga terlihat dari hasil pengujian yang nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ atau kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa faktor Citra Merek dan kualitas produk baik secara sendiri maupun secara simultan mempunyai pengaruh yang baik dan patut diperhatikan dalam penjualan produk kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen kabupaten Bekasi. 0,758 atau 75,8% merupakan nilai koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen kabupaten bekasi dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kualitas Produk dan Citra Merek. setara dengan 75,8%, dengan faktor tambahan di luar cakupan penelitian ini mempengaruhi 24,2% sisanya. hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Dzulkharnain, 2019) yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian" yang menyatakan secara simultan/bersama-sama persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif (+) dan signifikan/bermakna terhadap keputusan pembelian produk tas sophie martin di Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kerupuk Ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi, maka penulisan memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: kesimpulan berikut :

1. Berdasarkan hipotesis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat dilihat dari uji t sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai dari signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai t-hitung yang didapat dari variabel citra merek sebesar $3,855 > t\text{-tabel } 1,659$. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra merek secara signifikan terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H2) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat dilihat dari uji t sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai t-hitung yang didapat dari variabel kualitas produk sebesar $4,9999 > t\text{-tabel } 1,659$. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi.
3. Berdasarkan hasil uji simultan pada F-hitung sebesar $72,394 > F\text{-tabel } 3,080$ atau F-hitung lebih besar dari pada F-tabel. Hal itu juga terlihat dari hasil pengujian yang nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ atau kurang dari 0,05. Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara citra merek dan kualitas produk secara signifikan dan

positif terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan CV Laksana Jaya di Kebalen Kabupaten Bekasi.

Referensi

- Amron. 2018. "The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars." *European Scientific Journal, ESJ* 14(13):228. doi: 10.19044/esj.2018.v14n13p228.
- Astuti, Rini, Isna Ardila, and Rodhitur Rahman Lubis. 2019. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse The Effect of Promotion and Product Quality on the Purchase Decision of Converse Brand Shoes." *Akmami* 2(2):204–19. doi: <https://doi.org/10.53695/ja.v2i2.154>.
- Fatlahah, Aniek. 2018. "Aniek Fatlahah; Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek." *Jurnal Ilmu Manajemen* 1(May):2.
- Marbun, Maulina Br, Hapzi Ali, and Fransiskus Dwikoco. 2022. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(2):716–27.
- Marpaung, Fenny Krisna, Markus Willy Arnold, Asyifa Sofira, and Silvia Aloyna. 2021. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe." *Jurnal Manajemen, LMII Medan* 7(1):49–64.
- Puspita, Yohana Dian, and Ginanjar Rahmawan. 2021. "Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Influence of Prices , Product Quality and Brand Image on Garnier Product Purchase Decisions." *Jurnal Sinar Manajemen* 8(2):98–104. doi: <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i2.1644>.
- Suri Amilia, M. Oloan Asmara Nst. 2019. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam* 6(1):660–69.