

ABSTRAK

Najma Khairina. 2022. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Shopeefood Wilayah Banjarmasin Selatan.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Muhaimin M.A

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

Era globalisasi memberikan banyak cara dalam melakukan pemasaran, salah satunya yakni pemasaran digital. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan konsumen, cara berbelanja, mengapresiasi suatu produk, dan perbedaan budaya menjadi tantangan utama bagi *e-commerce* dalam bersaing menarik hati konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei menggunakan angket sebagai instrumen penelitian. Populasi yang digunakan adalah masyarakat kecamatan Banjarmasin Selatan. Hasil dari survei kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan hasil yakni; (1) variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,968 < 1,985$) dan nilai sig lebih besar dari α ($0,052 > 0,05$). (2) variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,054 > 1,985$) dan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$) serta (3) variabel, citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} ($17,157 > 3,092$) dan nilai sig lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$).