

ABSTRAK

Reza Sakinah Arafah, NIM. 3402210105. Pengaruh *Brand Image* Dan Garansi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Produk Skintific di Marketplace Shopee di Desa Raharja, Kecamatan Purwaharja, Kota Banjar). Di bawah bimbingan Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M., (Dosen Pembimbing I) dan Lia Yulia, S.T., M.M., (Dosen Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Image* Dan Garansi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Produk Skintific di Marketplace Shopee di Desa Raharja, Kecamatan Purwaharja, Kota Banjar). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian?; 2) Bagaimana pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian?; 3). Bagaimana pengaruh *brand image* dan garansi produk terhadap keputusan pembelian??. Adapun tujuan penelitian ini adalah; 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian; 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh garansi produk terhadap keputusan pembelian; 3) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* dan garansi produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen untuk menganalisis data menggunakan analisis koefisien korelasi *product moment*, koefisien determinasi, uji regresi berganda dan uji signifikansi (uji t dan uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, besarnya pengaruh 48,9% sementara 51,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan garansi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, besarnya pengaruh 46,2% sementara 53,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selanjutnya, *Brand image* dan garansi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, besarnya pengaruh 53,9% sementara 46,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Saran yang diberikan dalam penelitian ini yaitu: 1) *Brand image* perlu memperkuat strategi diferensiasi merek lebih dipertegas agar konsumen lebih mudah membedakan Skintific dari merek skincare lain yang serupa. 2) Garansi produk pihak Skintific maupun mitra resminya di Shopee dapat memperjelas alur dan prosedur pengembalian produk. 3) Penyampaian pesan pemasaran perlu diarahkan pada aspek pembeda yang unik, sehingga konsumen lebih mudah mengenali nilai tambah produk dibandingkan merek lain

Kata kunci : *Brand Image*, Garansi Produk, Keputusan Pembelian