

ABSTRAK

Ayu Risna Ristiani, NIM 3402210384. “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis)”. Dibawah Bimbingan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Perkembangan industri kuliner di Indonesia mendorong persaingan yang semakin ketat, termasuk pada kuliner seblak yang menjadi salah satu kuliner yang populer di kalangan masyarakat saat ini. Seblak Bangsat Seuhah Ciamis merupakan salah satu usaha seblak yang cukup dikenal, namun dalam perkembangannya mengalami fluktuasi penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan servey dan teknik purposive sampling terhadap 99 responden. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis verifikatif melalui uji koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier, uji t serta uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, *brand image* dan kualitas produk konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hasil pembahasan menunjukkan bahwa peningkatan *brand image* dan kualitas produk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara lebih konsisten.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Seblak, Bangsat Seuhah.