

## ABSTRAK

Menurut *World Health Organization* (WHO) kesehatan adalah suatu keadaan sehat yang utuh secara fisik, mental, dan sosial serta bukan hanya merupakan bebas dari penyakit. Salah satu cara untuk menjaga tubuh agar tetap dalam keadaan sehat adalah dengan melakukan gaya hidup yang bersih dan sehat serta mengonsumsi makanan dan minuman yang memiliki kaya manfaat. Kesehatan juga merupakan hal yang sangat penting bagi tubuh manusia agar dapat bertahan hidup dan melakukan aktivitas yang maksimum.

Kualitas Produk merupakan variabel mendasar bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Perlu dilakukan penelitian terlebih dahulu untuk mengetahui bagaimana tingkat keputusan pembelian konsumen di Kota Jakarta dipengaruhi oleh kualitas produk *Nutrition Shake Mix Herbalife*. Hasil pra penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen di Kota Jakarta membeli produk Nutrition Shake Mix Herbalife berdasarkan karena kualitas produk tersebut. Oleh karena itu melalui penelitian ini penulis ingin bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk sebagai variabel bebas (X) yang terdiri dari *Performance, Feature, Conformance to Specification, Reliability, Durability, Aesthetic, Perceived Quality dan Serviceability* terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y).

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* yaitu dengan teknik *random sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *Nutrition Shake Mix Herbalife*, Hal ini ditunjukkan dengan persamaan garis regresi linear sederhana yaitu  $Y = 25,373 + 0,283X$  artinya setiap perubahan satuan nilai variabel X akan di ikuti perubahan nilai Y sebesar 0,283 kali X pada konstanta 25,373. Uji koefisien determinasi menunjukkan angka 8,4%, yang artinya kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 8,4% sedangkan sisanya sebesar 91,6% merupakan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Nutrisi, Keputusan Pembelian, Nutrition Shake Mix Herbalife, Kota Jakarta.**

