

## ABSTRAK

Perkembangan kuliner di kota Bandung terbilang sangat pesat, restoran dan cafe dengan berbagai macam konsep dan ciri khas sangat mudah ditemukan di setiap sudut kota Bandung. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha bisnis termasuk bisnis kuliner. Tetapi hal ini juga menjadi salah satu faktor ketatnya tingkat persaingan bisnis antar industri di kota Bandung. Persaingan bisnis kuliner semakin ketat dengan banyaknya artis dan *influencer* yang terjun dalam sektor bisnis ini.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari faktor yang mempengaruhi konsumen Ngikan Yuk Kota Bandung dalam melakukan keputusan pembelian. Permasalahan tersebut didasari dengan hasil pra survei yang menunjukkan bahwa frekuensi konsumen dalam melakukan pembelian pada gerai Ngikan Yuk di Kota Bandung setengahnya hanya pernah melakukan pembelian Ngikan Yuk sebanyak satu kali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Ngikan Yuk Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui kuisisioner dan sekunder data dari buku, catatan, atau artikel. Populasi dalam penelitian adalah pembeli Ngikan Yuk di kota Bandung. Dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk pada kategori sangat baik. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 76,4% dan sisanya sebesar 23,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci : Brand Image, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.**