

ABSTRAK

IKEA merupakan salah satu perusahaan yang mengutamakan keunggulan citra merk dan kualitas produk dalam menjalankan perusahaannya. Berbagai program yang telah IKEA lakukan menunjukkan bahwa perusahaan secara serius terus membangun citra merk yang baik serta selalu meningkatkan kualitas produk guna meraih kepercayaan pelanggan. Kini, IKEA Indonesia terus berekspansi dengan membuka cabangnya yang terbaru yaitu di Jawa Barat yang berlokasi di Kota Baru Parahyangan maka hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi pula minat dan antusiasme masyarakat terhadap apa yang IKEA hendak tawarkan dalam kegiatan bisnisnya dengan pendekatan melalui membangun citra merk yang bagus dan keunggulan kualitas produk tersebut dalam membentuk persepsi konsumen terhadap citra perusahaan perabot terbesar yang dilakukan oleh IKEA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen IKEA Kota Baru Parahyangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas serta metode analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik non probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 konsumen yang akan melakukan pembelian di IKEA Kota Baru Parahyangan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada citra merk, kualitas produk, keputusan pembelian sudah berada dalam kategori baik dan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Citra Merk dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen IKEA Kota Baru Parahyangan.

Kata kunci: Citra Merk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.