

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran *Brand Image*, Kualitas Produk dan Minat Beli serta mengetahui besaran pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Minat Beli *Merchandise* Persib Bandung *Official Store*. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik penarikan *sample* yang digunakan adalah *simple random sampling* dengan jumlah *sample* sebesar 100 responden. Analisa deskriptif menyatakan rata-rata tanggapan dari kuesioner Minat Beli sebesar 3,77 berada pada kategori baik, untuk *Brand Image* sebesar 3,18 berada pada kategori cukup baik, untuk Kualitas Produk sebesar 3,63 berada pada kategori baik. Pengujian Hipotesis membuktikan bahwa *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli baik secara parsial maupun simultan. *Brand Image* berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 59,3%, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli sebesar 44,2%, serta *Brand Image* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh sebesar 69,9% terhadap Minat Beli.

Kata kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine how Brand Image, Product Quality and Purchase Intention and to find out of Brand Image, Product Quality and Purchase Intention in Persib Bandung Official Store Merchandise. The research method used is a quantitative method with a descriptive and verification approach. The sampling technique used is simple random sampling with a sample size of 100 respondents. Descriptive analysis states that the average response from the Purchase Intention questionnaire is 3.77 in the good category, for Brand Image of 3.18 is in the good enough category, for Product Quality of 3.63 is in the good category. Hypothesis testing proves that Brand Image and Product Quality have an effect on Purchase Intention either partially or simultaneously. Brand Image has an effect on Purchase Intention by 59.3%, Product Quality has an effect on Purchase Intention by 44.2%, and also Brand Image and Product Quality have an effect simultaneously on Purchase Intention by 69,9%.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Intention