

# **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KOPI TANPAK SIDIKALANG**

Oleh :  
Irma ListianaDamanik  
160311003

## **ABSTRAK**

Kopi adalah salah satu minuman yang banyak diminati masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kopi Tanpak Sidikalang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen pada Kopi Tanpak Sidikalang di daerah Dairi berjumlah 315 responden. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif serta metode analisis data yang terdiri dari uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yang terdiri dari t dan uji f dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS 22 *Forwindows*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada kopi Tanpak Sidikalang. Hasil ini dapat dilihat berdasarkan pengujian koefisien determinasi yang menghasilkan nilai R square sebesar 0,973. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk mampu mempengaruhi minat beli konsumen pada kopi Tanpak Sidikalang 2,27 %

**Kata Kunci : Citra Merek, KualitasProduk, Minat Beli**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY  
ON CONSUMER PURCHASE INTEREST IN COFFEE  
WITHOUT SIDIKALANG***

Oleh :  
Irma ListianaDamanik  
160311003

***Abstrack***

*Coffee is one of the most popular drinks in society. The purpose of this study was to determine and analyze the significant effect of brand image and product quality on consumer buying interest in Kopi TanpakSidikalang. The population in this study are customers or consumers at Kopi TanpakSidikalang in the Dairi area totaling 315 respondents. The sampling technique used in this study is non-probability sampling. The data analysis method used is quantitative method and data analysis method consisting of classical assumption test consisting of normality test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, hypothesis test consisting of t and the f test and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) test. Work on the data analysis method using the help of SPSS 22 Forwindows. This study concludes that the variables of brand image and product quality have a positive and significant effect on buying interest in Sidikalang Coffee. These results can be seen based on the coefficient of determination test which produces an R square value of 0.973. This shows that the brand image and product quality are able to influence consumer buying interest in Sidikalang Coffee 2.27%.*

***Keywords: Brand Image, Product Quality, Buying Interest***