

ABSTRAK

Alief Fauzi Miftakhul Firdaus (1209240018) : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP MINAT BELI PRODUK FAST MOVING CONSUMER GOODS PT UNILEVER INDONESIA TBK. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara *Brand Image* terhadap Minat Beli, pengaruh antara *Product Quality* terhadap Minat Beli, pengaruh antara *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap Minat Beli. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. (Pengambilan sampel menggunakan jenis non probability sampling dan purposive sampling. Kemudian menggunakan rumus slovin sehingga sampel berjumlah 112). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, data primer ini diperoleh dari survey langsung kepada konsumen produk FMCG PT Unilever Indonesia Tbk di kota Bandung. Teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Brand Image* terhadap Minat Beli karena hasil dari thitung > ttabel (2.726 > 1.982) dengan signifikansi 0.007, terdapat pengaruh *Product Quality* terhadap Minat Beli karena hasil dari thitung > ttabel (11.621 > 1.982) dengan signifikansi 0.000, terdapat pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap Minat Beli karena hasil fhitung > ftabel (83.774 > 3.08) dengan signifikansi 0.000.

Kata Kunci : *Brand Image, Product Quality, Minat Beli*