

## ABSTRACT

*This study discusses the importance of quality, brand image, and product attributes to the decision to purchase Gajah stamp oil products. Where the population in this research is the users of Gajah stamp oil in Taman Sidoarjo with the sampling technique using simple random sampling. While for the data using questionnaires and distributed to 100 respondents for later analysis using the Multiple Linear Regression Test with the SPSS Version 23. Assistance program Based on the analysis that has been done using the t test results obtained from the variable quality, brand image and product attributes that support positive and significant for purchasing decisions. For the F Test, it can be concluded that product quality variables, brand image and product attributes are the same as purchasing decisions. While for the coefficient of determination the independent variable has an effect of 24.1 percent on dependent variables.*

**Keywords:** *Quality, Brand Image, Attribute, Purchasing Decision, Gajah Cap*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan kualitas, citra merek, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian produk kertas minyak cap Gajah. Dimana populasi pada penelitian ini yaitu para pengguna kertas minyak cap Gajah di Kecamatan Taman Sidoarjo dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Sedangkan untuk pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner dan dibagikan kepada 100 responden untuk kemudian di analisis dengan menggunakan Uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS Version 23. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan Uji t mendapat kesimpulan bahwa variabel kualitas, citra merek dan atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Untuk Uji F dapat disimpulkan variabel kualitas produk, citra merek dan atribut produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan untuk koefisien determinasi variabel bebas memiliki pengaruh sebesar 24,1 persen terhadap variabel terikat.

**Kata kunci:** Kualitas, Citra Merek, Atribut, Keputusan Pembelian, Cap Gajah