

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (iklan televisi, *brand image*, dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang digunakan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas (iklan televisi, *brand image*, dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pada produk Teh Pucuk Harum di Toko Cemilan Perumtas 3 Sidoarjo. Berdasarkan hasil uji t-hitung dari ketiga variabel bebas yang ada, variabel iklan televisi memiliki nilai sebesar 3.196, *brand Image* memiliki nilai sebesar 3.634 dan kualitas produk memiliki nilai sebesar 3.110. Sedangkan berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung = 13.522, hal ini berarti bahwa variabel iklan televisi, *brand image*, dan keputusan pembelian secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Iklan Televisi, *Brand Image*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Abstrack

This study aims to determine the influence of free variables (television advertising, brand image, and product quality) on bound variables (purchasing decisions). This research is quantitative research with questionnaires as a data collection tool used. The results of this study show if there is a significant influence of free variables (television advertising, brand image, and product quality) on the bound variables (purchasing decisions) on Teh Pucuk Harum products at Perumtas 3 Sidoarjo Snack Shop. Based on the t-count test results of the three free variables, television advertising variables have a value of 3,196, brand Image has a value of 3,634 and product quality has a value of 3,110. While based on the results of the test F can be known that the value of F count = 13,522, this means that the variables of television advertising, brand image, and purchasing decisions together have an effect on purchasing decisions.

Keywords: Television Ads, Brand Image, Product Quality, Purchase Decisions.