

## ABSTRAK

**Lien Nancy Dewita / 1900861201234 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Kopi Good Day Di Kota Jambi / Ahmad Tarmizi, S.E., M.M., Pembimbing 1 dan Riko Mappadeceng, S.E., M.M., Pembimbing 2.**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui dan mendiskripsikan kualitas produk, promosi, dan citra merek Kopi Good Day Di Kota Jambi. 2.) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap citra merek Kopi Good Day Di Kota Jambi.

Jenis data yang diperlukan dan dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif. Objek penelitian ini adalah pelanggan Kopi Good Day Di Kota Jambi. Sumber data dalam penelitian ini adalah pelanggan Kopi Good Day Di Kota Jambi yang diambil melalui wawancara dengan menyebarkan kuesioner, data, dan informasi yang diperoleh dianalisis secara deskriptif, untuk menganalisis respon pelanggan mengenai citra merek terhadap keputusan pembelian yang menggunakan skala 5 pilihan.

Salah satu merek kopi instan dalam kemasan yang sedang melakukan promosi dengan gencar-gencarnya menggunakan media televisi adalah produk "Good Day". Produk Good Day ini diproduksi oleh PT. Santos Jaya Abadi. Promosi yang dilakukan oleh PT. Santos Jaya Abadi untuk memperkenalkan produk baru dan mempertahankan eksistensi dalam bidang industri kopi olahan.

Berdasarkan hasil analisis uji asumsi klasik, dapat disimpulkan bahwa pada uji normalitas memenuhi asumsi yang ditunjukkan dengan uji kolmogorov-smirnov sebesar  $0,011 > 0,05$ . Secara uji multikolinearitas tidak ditunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai VIF  $1,070 < 10$  dan nilai tolerance  $0,935 > 0,10$ . Secara uji heteroskedastisitas titik-titik pada plot membentuk sebuah pola, maka hal ini menunjukkan setiap variabel mengandung heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, disimpulkan bahwa persamaan regresi  $Y = 2,638 + 0,150X_1 + 0,329X_2$ . Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,213 hal itu berarti bahwa variasi perubahan Y dipengaruhi oleh perubahan X sebesar 21,3%. Jadi besarnya pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan promosi ( $X_2$ ) terhadap citra merek (Y) Kopi Good Day di Kota Jambi adalah sebesar 21,3% sedangkan sisanya sebesar 78,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti keputusan pembelian, harga, faktor pribadi dan lain sebagainya.

Ada pengaruh positif signifikan antara kualitas produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) terhadap Citra Merek Kopi Good Day di Kota Jambi. Secara parsial terdapat pengaruh kualitas produk terhadap citra merek. Hal ini ditunjukkan dengan Nilai  $t_{hitung} 2,636 > t_{tabel} 1,662$ . Secara parsial terdapat pengaruh promosi terhadap citra merek. Hal ini ditunjukkan dengan Nilai  $t_{hitung} 3,333 < t_{tabel} 1,662$ .