**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek (brandimage) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk shampo Pantene pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Penanaman citra merek dan kualitas produk merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan untuk menciptakan keputusan pembelian. Salah satu jalan untuk meraih keunggulan kompetisi dalam mempertahankan keputusan pembelian adalah dengan membentuk citra merek yang baik di mata konsumen serta menciptakan kualitas produk lebih dari yang dibutuhan konsumen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer) dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan konsumen. Uji instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah uji validitas dengan hasil semua indikator penelitian valid dan uji realibilitas dengan hasil semua variabel adalah reliabel. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan hasil uji t Citra Merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo merek Pantene. Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini, Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian shampo merek pantene. Berdasarkan analisis regresi linear berganda, dapat diketahui bahwa diantara Citra Merek dan Kualitas Produk, variabel yang paling berpengaruh atau dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk yaitu (X2).

***Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian***

***ABSTRACT***

*This research aims to analyze the influence of brand image and product quality on buying decision of brands pantene shampoo on the University Mercu Buana Yogyakarta’s student. Planting brand image and product quality is crucial in an enterprise to create a buying decision. One way to achieve excellent in maintaining competition buying decision is establish a good brand image in the eyes of consumer as well as creating quality products more than consumer needs.*

*The data used in this research was obtained from questionnaires and several observation and interviews with consumers. Test data collection instruments used is test validity with the result of all research indicators are valid and reability test with results of all variables is the reliability. This research it can be concluded based on the results of the test t brand image and product quality positively and significantly to influence buying dicision brands pantene shampoo. Based on multiple linear regression analysis can be know that between brand image and prduct quality variables that are dominant or influential buying decision is against the variable quality of product is X2.*

***Keysword: brand image, product quality, buying dicision***