

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap *behavioural intention*. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang mengkonsumsi produk Antimo di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan obat Antimo di Kota Semarang. sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Dimana dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu masyarakat kota Semarang yang sudah pernah mengkonsumsi Obat Antimo lebih dari 2 kali, berdomisili di Kota Semarang dan berada di Kawasan Terminal dan Bus Pool di Kota Semarang.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dibuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara Brand Image terhadap *behavioral intention*. terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap *behavioral intention*.

Kata Kunci : Brand Image, Kualitas Produk, Behavioural Intention