

ABSTRAK

REZSA ANGGRAINI, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Produk Sampo Head&Shoulder. (Dibimbing oleh Hasyim).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Pengguna Sampo Head&Shoulder yang ditemui di Wilayah Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Jalur, dan *Sobel Test*. Sampel yang diambil sebanyak 160 responden yakni seluruh orang yang pernah membeli dan menggunakan Sampo Head&Shoulder. Penentuan sampel dengan teknik *non probability sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian analisis jalur dan *sobel test* menunjukkan bahwa variabel harga secara langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan citra merek dan secara tidak langsung harga berpengaruh terhadap citra merek melalui keputusan pembelian. Variabel kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan citra merek dan secara tidak langsung kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek melalui keputusan pembelian. Dan keputusan pembelian berpengaruh terhadap citra merek.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Citra Merek

ABSTRACT

REZSA ANGGRAINI, *Effect of Price and Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image on Head & Shoulder Shampoo Products. (Supervised by Hasyim)*

This study aims to determine the effect of Price and Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image on Head & Shoulder Shampoo Users found in West Jakarta Area. Data analysis techniques used in this study are Validity Test, Reliability Test, Path Analysis, and Sobel Test. Samples taken were 160 respondents, namely all people who had bought and used Head & Shoulder Shampoo. Determination of samples with non probability sampling technique

Based on the results of the research path analysis and multiple test shows that the price variable directly affects the purchase decision and brand image and indirectly the price affects the brand image through purchasing decisions. Product quality variables directly affect purchasing decisions and brand image and indirectly the quality of the product affects the brand image through purchasing decisions. And purchasing decisions affect the brand image.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Brand Image.