

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek (Studi kasus pada Sandal Carvil di Jakarta Barat)
Nama : Tri Mulyati
Pembimbing : Eka Bertuah
Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga, dengan Cita Merek sebagai variabel *intervening* terhadap Keputusan Pembelian pada Sandal Carvil di Jakarta Barat. Variabel independen terdiri dari Kualitas Produk dan Harga, variabel dependen adalah keputusan Pembelian dan variabel *intervening* adalah Citra Merek. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Sandal Carvil di Jakarta Barat yang telah membeli sandal Carvil sebanyak 2 kali atau lebih selama 1 tahun terakhir. Sampel yang digunakan yaitu 220 responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel *purposive* atau *purposive sampling*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisa Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Citra Merek. Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Namun, Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Citra Merek dapat dikatakan sebagai variabel *intervening* walaupun pengaruhnya lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek , Keputusan Pembelian dan Sandal Carvil

ABSTRACT

Title : *Effect of Product Quality and Price on Purchasing Decisions through Brand Image (Case study on Carvil Sandals in West Jakarta)*

Name : Tri Mulyati

Name of Lecture : Eka Bertuah

Study program : Management

This study aims to determine the effect of Product Quality and Price, with Brand Dream as an intervening variable on Purchasing Decisions on Carvil Sandals in West Jakarta. The independent variable consists of Product Quality and Price, the dependent variable is the Purchasing decision and the intervening variable is the Brand Image. This research was conducted on Sandal Carvil customers in West Jakarta who have bought Carvil sandals twice or more during the past 1 year. The sample used was 220 respondents, with a sampling technique that is purposive or purposive sampling. This type of research is an associative research which is causal and the analytical method used in this research is to use Path Analysis analysis techniques.

The results showed that Product Quality and Price had a positive and significant effect on Brand Image. Product Quality and Brand Image have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. However, Price has a negative and significant effect on Purchasing Decisions. Brand image can be said as an intervening variable even though the effect is smaller than the direct effect.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision and Carvil Sandals