

## ABSTRAK

AYU KUSUMA NINGGRUM. Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* : Studi Kasus Pengguna Telkomsel Di Wilayah Kelurahan. Duri Kepa, Jakarta Barat (di bimbing oleh Ibu Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui bagaimana Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel. (Studi Kasus Pengguna Telkomsel Di Wilayah Kel. Duri Kepa, Jakarta Barat) Variabel yang di teliti adalah *brand image* dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Adapula variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu *brand image* dan kualitas produk, variabel *intervening* (perantara) adalah keputusan pembelian dan variabel dependen (terikat) adalah kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap pengguna telkomsel di wilayah kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 150 responden dengan metode *hair*. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis *Path* (analisis jalur).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian serta kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu *brand image* dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, keputusan pembelian memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, sehingga selajutnya *brand image* memiliki pengaruh langsung melalui keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk memiliki pengaruh langsung melalui keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci : *brand image*, kualitas produk, keputusan pembelian, kepuasan.**

## ABSTRACT

AYU KUSUMA NINGGRUM. *Influence of Brand Image and Purchase Decision Against Product Quality And Satisfaction For an intervening variable: User Case Studies in Urban Village Telkomsel. Duri Kepa, Jakarta Barat (supervised by Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas)*

*This research has the goal to be able to know how the Influence of Brand Image and Product Quality Through Purchase Decision Customer Satisfaction Telkomsel. (Telkomsel User Case Study In Area Ex. Duri Kepa, Jakarta Barat) Variables in the study is that the brand image and product quality to customer satisfaction and purchase decisions as an intervening variable. There is also the independent variable (free) in this study is the brand image and product quality, the intervening variables (intermediaries) is a purchase decision and the dependent variable (dependent) is customer satisfaction. The population in this study is that each user Telkomsel in the village Duri Kepa, West Jakarta, whose number is not known for certain. While this sample was 150 respondents with hair. Data analysis methods used in this study were Path Analysis (path analysis).*

*The results of this study indicate that the brand image positive influence on purchasing decisions and product quality has positive influence on purchase decisions, brand image can be a positive influence on customer satisfaction and product quality positively affects customer satisfaction, purchasing decisions have a positive impact on customer satisfaction, brand image have a direct influence over purchasing decisions to customer satisfaction and product quality has a direct influence through purchasing decisions on customer satisfaction.*

**Keywords: brand image, product quality, purchasing decisions, satisfaction.**