

ABSTRAKSI

NUNING TRIYANTI. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek Pada Pembeli dan Pemakai Laptop Acer* (dibimbing oleh Bapak Hasyim Achmad).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening pada pembeli dan pemakai laptop Acer. Variabel yang diteliti adalah *kualitas produk*, *harga*, *citra merek* dan *keputusan pembelian*, untuk mengetahui pengaruh secara langsung *kualitas produk*, *harga*, dan *citra merek* terhadap *keputusan pembelian*, dan pengaruh secara tidak langsung *kualitas produk* dan *harga* terhadap *keputusan pembelian* melalui *citra merek*.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pembeli dan pemakai laptop Acer di wilayah Kota Tangerang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 100 responden dengan metode *quota sampling*. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Path Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap citra merek memiliki nilai signifikan 0,000 ($<0,05$), harga terhadap citra merek memiliki nilai signifikan 0,014 ($<0,05$), kualitas produk terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikan 0,000 ($<0,05$), harga terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikan 0,243 ($>0,05$), citra merek terhadap keputusan pembelian memiliki nilai signifikan 0,000 ($<0,05$). Sehingga hanya harga yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *keputusan pembelian*. Sementara itu *Citra Merek* merupakan variabel intervening atau memediasi pengaruh antara kualitas produk dan harga.

Kata kunci: *Kualitas produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*