

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening Pada Motor Scoopy (Studi Kasus pada Masyarakat Daerah Alahan Panjang). Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah SmartPLS v.3.2.9 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian yang didapatkan adalah terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas produk terhadap citra merek, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan harga terhadap citra merek, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian, citra merek tidak mampu memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, citra merek tidak mampu memediasi harga terhadap keputusan pembelian. Saran dari penulis diharapkan perusahaan meningkatkan kualitas produk karena kualitas produk menjadi kunci utama agar produk bisa dikenal dan dipercaya oleh masyarakat, selain itu, harus lebih memperhatikan harga untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan hasil penelitian ini dengan melibatkan variabel-variabel independen berkaitan dengan keputusan pembelian seperti promosi, lokasi dan kepuasan pelanggan atau menambahkan variabel moderating.

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

## **ABSTRACT**

*This study aims to test how much influence product quality and price have on purchasing decisions with brand image as an intervening variable on scoopy motorcycles (Case Study in Alahan Panjang Area Communities). The method of collecting data through surveys and circulating questionnaires, with a sample of 100 respondents. The analysis method used is SmartPLS v.3.2.9 with the SEM (Structural Equation Modelling) analysis method. The result of the research obtained are that there is a significant positive influence of product quality on brand image, there is a positive and insignificant influence of price on brand image, there is a positive and insignificant influence of product quality on purchasing decisions, there is a positive and insignificant influence of brand image on purchasing decisions, brand image unable to mediate product quality against purchasing decisions, brand image unable to mediate price against purchasing decisions. Suggestions from the author are that companies should improve product quality because product quality is the main key so that products can be known and trusted by the public, besides that they must pay more attention to prices to increase consumer purchasing decisions, and for further researchers it is hoped that they can develop the results of this study by involving the following variables variables as follows independent variables related to purchasing decisions such as promotions, location and customer satisfaction or adding moderating variables.*

**Keywords : Product Quality, Price, Purchasing Decision, Brand Image.**