

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar hubungan antara citra merek dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening pada Gemilang Smartphone Andalas. Metode pengumpulan data melalui mengedarkan kuesioner, observasi dan penelitian lapangan, dengan sampel 60 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur menggunakan smart pls.

Hasil penelitian yang didapatkan pengaruh yang signifikan citra merek terhadap minat beli. Terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran terhadap minat beli. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh yang signifikan minat beli terhadap minat beli. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Kata Kunci: Brand image, Marketing mix, Minat beli, Keputusan pembelian