

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Air Minum Merek SMS (PT.Agramitra Utama Persada). Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu konsumen SMS di Kedai Chiko yang kebetulan bertemu sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah Stucture Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) 3.0.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen. Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This research aims to find out how much influence product quality and brand equity have on purchasing decisions with consumer satisfaction as an intervening variable in SMS brand drinking water (PT. Agramitra Utama Persada). The sampling method used was Accidental Consumer Sampling, namely SMS at Kedai Chiko who happened to meet 100 respondents. The method used is Structure Equation Modeling (SEM) with Partial Least Square (PLS) 3.0.

The results of hypothesis testing show that product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Brand Equity has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand Equity has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Product Quality has a positive and insignificant effect on Purchasing Decisions through Consumer Satisfaction. Brand Equity has a positive and significant effect on Purchasing Decisions through Consumer Satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Equity, Purchasing Decisions, Consumer Satisfaction.