

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh **Kualitas Produk, Harga dan Promosi** terhadap **Keputusan Pembelian** dengan **Citra Merek** sebagai Variabel Intervening. Variabel penelitian yaitu **Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian dan Citra Merek**. Metode pengumpulandata melalui survei dan menyebarkan kuesioner dengan sampel **100** responden. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Structral Equation Modeling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS). untuk uji hipotesis digunakan yaitu Path Coeficient yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dan Indirect Effect merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat pengaruh tidak langsung.

Hasil penelitian yang didapatkan yaitu : a). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Vello City Burger & Coffee. b). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Vello City Burger & Coffee. c). Tidak terdapat pengaruh antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Vello City Burger & Coffee. d). Tidak terdapat pengaruh antara antara Kualitas Produk terhadap Citra Merek pada Vello City Burger & Coffee. e). Tidak terdapat pengaruh antara antara Harga terhadap Citra Merek pada Vello City Burger & Coffee. f). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi terhadap Citra Merek pada Vello City Burger & Coffee. g). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Vello City Burger & Coffee. h). Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel intervening pada Vello City Burger & Coffee. i). Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel intervening pada Vello City Burger & Coffee. j). Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel intervening pada Vello City Burger & Coffee.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Dan Citra Merek.

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of Product Quality, price and Promotion on Purchasing Decisions with Brand Image as an Intervening Variable. The research variables are Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision and Brand Image. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires with a sample of 100 respondents. The analytical method used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS). To test the hypothesis, the Path Coefficient is used, which is a test carried out to see the direct effect and the Indirect Effect is a test that aims to see the indirect effect.

The research results obtained are: a). There is a positive and significant effect between Product Quality on Purchase Decisions at Vello City Burger & Coffee. b). There is a positive and significant influence between price on purchasing decisions at Vello City Burger & Coffee. c). There is no influence between Promotions on Purchase Decisions at Vello City Burger & Coffee. d). There is no effect between Product Quality and Brand Image at Vello City Burger & Coffee. e). There is no effect between price and brand image at Vello City Burger & Coffee. f). There is a positive and significant effect between Promotion on Brand Image at Vello City Burger & Coffee. g). There is a positive and significant influence between Brand Image on Purchase Decisions at Vello City Burger & Coffee. h). There is no influence between Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image as an intervening variable at Vello City Burger & Coffee. i). There is no influence between price on purchasing decisions through brand image as an intervening variable at Vello City Burger & Coffee. j). There is a positive and significant influence between promotions on purchasing decisions through brand image as an intervening variable at Vello City Burger & Coffee.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, And Brand Image.