

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderating, Suatu Kajian Pada Lesehan Ermawati Pantai Tiram Kabupaten Padang Pariaman. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 96 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda moderated regression analysis (MRA) .

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kontribusi Variabel kualitas Produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Citra Merek Sebagai variabel Moderating. Berdasarkan analisis MRA pengaruh hubungan langsung Kualitas Produk terhadap Citra Merek lebih kecil dari pada pengaruh hubungan langsung Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh hubungan langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian lebih kecil dari pada pengaruh hubungan langsung Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Serta Hubungan tidak langsung Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating lebih besar dari pada Hubungan tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Moderating.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Manajemen Perusahaan dapat meningkatkan Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Moderating, Suatu Kajian Pada Lesehan Ermawati Pantai Tiram Kabupaten Padang Pariaman melalui masing-masing indikator.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Dan Citra Merek**

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine how big the influence of product quality on purchasing decisions with brand image in a study at Lesehan Ermawati, Pantai Tiram, Padang Pariaman Regency. Methods of data analysis using a questionnaire, with a sample of 96 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis moderated regression analysis (MRA).*

*Results Based on the research shows that product quality and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. Contribution of product quality and service quality variables have a positive and significant effect on brand image as a moderating variable. Based on the MRA analysis, the direct relationship between product quality and brand image is smaller than the direct relationship between service quality and purchasing decisions. The direct effect of product quality on purchasing decisions is smaller than the direct influence of service quality on purchasing decisions. And Indirect Relationship of Product Quality on Purchase Decisions with Brand Image as Moderating Variable.*

*Results Based on this research, it is expected that the management of the company can increase the influence of quality, service quality on purchasing decisions with brand image as a moderating variable, a study on Lesehan Ermawati Pantai Tiram, Padang Pariaman Regency through each indicator.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchase Decision And Brand Image*