

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian (Studi kasus konsumen sabun mandi "Lifebouy").

Shasameilia Eriani¹⁾, Edi Purwanto²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dimediasi oleh keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 196 responden. Teknik analisis data yang digunakan ialah menggunakan teknik PLS-SEM, diolah dengan perangkat lunak SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian dengan t statistik $0.917 < 1.96$ dan p value $0.359 > 0.05$ serta nilai koefisien menunjukkan arah negatif 0.013. Sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian dengan nilai t statistik $2.012 > 1.96$ atau p value $0.0424 < 0.05$ serta koefisien menunjukkan arah positif 0.188. Kemudian besar pengaruh variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian 0.819 atau 81.9% dan besarnya pengaruh variabel citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen 0.757 atau 75.7%.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Konsumen

Pustaka : 43

Tahun Publikasi : 2003 - 2020