

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Join Kopi Ciledug Ciledug Yang Dimediasi Oleh *Brand Image*

Revinaldy Fauzan 1) Mohamad Trio Febriyanto, S.E., M.M. 2) Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya
- 3) Dosen Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, dan *brand image* dalam pembelian Join Kopi Ciledug. Dalam proses penelitian, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan dengan objek penelitian masyarakat yang melakukan keputusan pembelian di Join Kopi Ciledug Ciledug dan masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah jabodetabek. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui pastinya dan peneliti menggunakan *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel dengan jumlah sebesar 108 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuisisioner dan teknik analisis data pada penelitian ini merupakan *structural equation modeling* (SEM) yang berbasis *partial least square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.0. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh terhadap *brand image*, variabel keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap *brand image*, dan *brand image* mampu memediasi pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Join Kopi Ciledug Ciledug, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Keputusan Pembelian