

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK PADA PRODUK  
CITRA *HAND AND BODY LOTION***

**Oleh**

**Putu Ayu Anggarwati, NIM 1817041089**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk terhadap citra merek, (3) citra merek terhadap keputusan pembelian, (4) kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada produk citra *hand and body lotion*. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Subjek penelitian ini adalah konsumen produk citra *hand and body lotion* di Desa Patas. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 orang dengan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*), dan disertai dengan uji VAF. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, (3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) citra merek mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** citra merek, keputusan pembelian, dan kualitas produk

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK PADA PRODUK  
CITRA *HAND AND BODY LOTION***

**Oleh**

**Putu Ayu Anggarwati, NIM 1817041089**

**Jurusan Manajemen**

*Abstract*

*This study aims to examine the effect of (1) product quality on purchasing decisions, (2) product quality on brand image, (3) brand image on purchasing decisions, (4) product quality on purchasing decisions through brand image on hand and body image products. lotions. The object of this research focuses on the variables of product quality, brand image, and purchasing decisions. The subject of this research is the consumer of hand and body lotion image products in Patas Village. The population used in this study amounted to 150 people with purposive sampling method. Data were analyzed using path analysis, and accompanied by the VAF test. The results obtained in this study indicate that, (1) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) product quality has a positive and significant effect on brand image, (3) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (4 ) brand image is able to mediate the effect of product quality on purchasing decisions.*

*Keywords: brand image, purchase decision, and product quality*