

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN NMAX DI KOTA SINGARAJA PADA
MAHA SURYA MOTOR**

Oleh

I Putu Satya Yorgita, NIM 1817041207

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh (1) kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk terhadap citra merek, (4) citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada motor NMAX di Kota Singaraja. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Subjek penelitian ini adalah pengguna motor NMAX di Kota Singaraja. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap citra merek, (4) citra merek mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

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

Abstrak

This study aims to examine the effect of (1) product quality on purchasing decisions, (2) brand image on purchasing decisions, (3) product quality on brand image, (4) brand image mediating product quality on purchasing decisions on NMAX motorcycles in Singaraja City. . The object of this research focuses on the variables of product quality, brand image, and purchasing decisions. The subjects of this study were NMAX motorcycle users in Singaraja City. The sample used in this study amounted to 90 people using purposive sampling method. Data were analyzed using path analysis. The results obtained in this study indicate that, (1) product quality has a significant effect on purchasing decisions, (2) brand image has a significant effect on purchasing decisions, (3) product quality has a significant effect on brand image, (4) brand image is able to mediate the influence product quality on purchasing decisions.

Keywords: brand image, purchase decision, and product quality