

**PERAN CITRA MEREK MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MILO  
ACTIV-GO UHT DI PT GRAHA ARTHA PERSADA**

**Oleh**

**Nurul Anisa, NIM 1717041047**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal yang dilakukan terhadap 80 responden dengan teknik *purposive sampling*. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli Milo Activ-Go UHT minimal dua kali di PT Graha Artha Persada. Objek penelitian ini berfokus pada variabel kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Data diperoleh dengan kuesioner, serta dianalisis dengan analisis Jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. (4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Milo Activ-Go UHT di PT Graha Artha Persada melalui citra merek.

**Kata Kunci** : kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian

**ABSTRACT**

*This research aims to test the influence of product quality and brand image on Milo Activ-Go UHT purchasing decision at PT Graha Artha Persada. This study is a causal quantitative study conducted by 80 respondents with purposive sampling techniques. The subject of this study was consumers who bought Milo Activ-Go UHT at least twice at PT Graha Artha Persada. The object of this study focuses on product quality variables, brand image, and purchasing decisions. The data was obtained by questionnaire, and analyzed with path analysis. The results showed that (1) Product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Product quality has a positive and significant effect on brand image. (4) The quality of the product has a positive and significant effect on the purchase decision of Milo Activ-Go UHT at PT Graha Artha Persada through brand image.*

**Keywords:** *product quality, brand image, purchasing decisions*