

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Konsumen
Sabun Mandi Lifebuoy**

Laurene Pricilia
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Sanata Dharma konsumen sabun mandi Lifebuoy. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara *online* melalui *google form* kepada 96 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 2) citra merek tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 3) kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: harga, citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT
QUALITY TOWARDS PURCHASE DECISIONS THROUGH
CONSUMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE
Study on Consumers of Lifebuoy soap a Sanata Dharma University
Yogyakarta**

Laurene Pricilia
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2021

This study aims to determine: 1) the influence of price towards purchase decisions through costumer satisfaction as a mediating variable, 2) the influence of brand image towards purchase decisions through costumer satisfaction as a mediating variable, 3) the influence of product quality towards purchase decisions through costumer satisfaction as a mediating variable. The population in this study was consumers of Lifebuoy soap in Sanata Dharma University. The sampling technique used was nonprobability sampling and the data was collected by distributing online questionnaires via google form to 96 respondents. The data analysis technique in this research was Partial Least Square (PLS). The study found that: 1) price had apositive influence towards purchase decisions partially mediated by customer satisfaction, 2) brand image had no positive influence towards purchase decisions mediated by customer satisfaction, 3) product quality had positive influence towards purchase decisions partially mediated by customer satisfaction.

Keywords: price, brand image, product quality, consumer satisfaction, and consumer decision.