

**ABSTRAK**  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA**  
**MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**  
(Studi pada Konsumen Produk Shampo Pantene di Yogyakarta)

Stella Solagracia  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek, 5) harga berpengaruh terhadap citra merek, 6) citra merek memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 7) citra merek memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Shampo Pantene di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan sampel yang digunakan adalah sebagian konsumen produk Shampo Pantene di Yogyakarta dengan jumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Shampo Pantene sebanyak lebih dari 2 kali menggunakan *google form*. Teknik analisis data menggunakan *WarpPLS 6.0*. Hasilnya menunjukkan bahwa : 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 4) kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek, 5) harga berpengaruh signifikan terhadap citra merek, 6) citra merek memediasi (*partial mediation*) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 7) citra merek tidak memediasi (*no mediation*) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Citra Merek.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PURCHASE**  
**DECISION WITH BRAND IMAGE AS THE MEDIATION**  
(Study on Consumers of Pantene Shampo Products in Yogyakarta)

Stella Solagracia  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study aims to determine: 1) Product quality affects purchasing decisions, 2) Price affects purchasing decisions, 3) brand image affects purchasing decisions, 4) Product quality affects brand image, 5) Price affects brand image, 6) brand image mediates the effect of Product quality on purchasing decisions, 7) brand image mediates the effect of Price on purchasing decisions. This type of research is quantitative research with a survey method. The population in this study were all consumers of Pantene Shampo Products in the Special Region of Yogyakarta with the sample used were some consumers of Pantene Shampo Products in Yogyakarta with a total of 96 respondents. The sampling technique used was Purposive Sampling. Data was obtained by distributing online questionnaires to consumers who had purchased and used Pantene Shampo more than 2 times using the google form. The data analysis technique used *WarpPLS 6.0*. The results show that: 1) Product quality has a significant effect on purchasing decisions, 2) Price has no significant effect on purchasing decisions, 3) brand image has a significant effect on purchasing decisions, 4) Product quality has no significant effect on brand image, 5) Price has a significant effect on brand image, 6) brand image mediates (partial mediation) the effect of Product quality on purchasing decisions, 7) brand image does not mediate (no mediation) the effect of Price on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, Brand Image.