

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET LIFE MEDIA
DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Hannah Berliana Sudarmanto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Life Media, (2) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Life Media, (3) pengaruh kualitas produk terhadap citra merek di Life Media, (4) pengaruh kualitas layanan terhadap citra merek di Life Media, (5) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di Life Media, (6) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel mediasi, (7) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar oleh Life Media menggunakan *whatsapp blast*. Kuesioner tersebut mengenai kualitas produk, kualitas layanan, citra merek dan keputusan pembelian yang telah dibagikan kepada 95 responden. Analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek, 4) kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek, 5) citra merek berpengaruh terhadap kualitas produk, 6) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi sebagian oleh citra merek, 7) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi sebagian oleh citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT
THE EFFECT OF PRODUCT AND SERVICE QUALITY ON INTERNET
LIFE MEDIA PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A
MEDIATION VARIABLE

Hannah Berliana Sudarmanto
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: (1) the effect of product quality on purchasing decisions at Life Media, (2) the effect of service quality on purchasing decisions at Life Media, (3) the effect of product quality on brand image at Life Media, (4) the effect of service quality on brand image at Life Media, (5) the effect of brand image on purchasing decisions at Life Media, (6) the effect of product quality on purchasing decisions through brand image as a mediating variable, (7) the effect of service quality on purchasing decisions through brand image as a mediating variable. The sampling technique used is nonprobability sampling with purposive sampling. Data collection was carried out through a questionnaire distributed by Life Media using WhatsApp blast. The questionnaire regarding product quality, service quality, brand image and purchasing decisions was distributed to 95 respondents. Data analysis using Partial Least Square. The results showed that: 1) product quality affects purchasing decisions, 2) service quality affects purchasing decisions, 3) product quality affects brand image, 4) product quality affects brand image, 5) brand image affects product quality, 6) product quality affects purchasing decisions partially mediated by brand image, 7) service quality affects purchasing decisions partially mediated by brand image.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Purchase Decision