

**ABSTRAK**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AZARINE  
COSMETIC DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma)

Gabriella Rosida Putri Nababan

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 2) pengaruh secara langsung harga terhadap keputusan pembelian, 3) pengaruh secara langsung citra merek terhadap keputusan pembelian, 4) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi, 5) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi, 6) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa aktif Universitas Sanata Dharma. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagian dari populasi mahasiswa aktif Universitas Sanata Dharma yang merupakan pelanggan pengguna produk Azarine *Cosmetic*, sampel yang digunakan sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least square* menggunakan *WarpPLS 8.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan : 1) kualitas produk secara langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) harga secara langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) citra merek secara langsung berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 4) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh kepercayaan pelanggan, 5) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh kepercayaan pelanggan, 6) citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh kepercayaan pelanggan.

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

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS WITH COSTUMER TRUST AS MEDIATION VARIABLE**

(Study on students of Universitas Sanata Dharma)

Gabriella Rosida Putri Nababan

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

*This study aims to determine : 1) direct influence of product quality on purchasing decisions, 2) direct influence of price on purchasing decisions, 3) direct influence of brand image on purchasing decisions, 4) the influence of product quality on purchasing decisions with customer trust as mediation variable, 5) the influence of price on purchasing decisions with customer trust as mediation variable, 6) the influence of brand image on purchasing decisions with customer trust as mediation variable. The population in this study were all active students at Sanata Dharma University. The sample used in this study is part of the active student population of Sanata Dharma University who are customers who use Azarine Cosmetic products, the sample used in this study was 96 respondents. Sampling technique in this study used purposive sampling. The analisis technique used in this research is partial least square using WarpPLS 8.0. The results of this study indicate that : 1) product quality directly affects purchasing decisions, 2) price directly affects purchasing decisions, 3) brand image directly affects purchasing decisions, 4) product quality does not have effect on purchasing decisions with being mediated by costumer trust, 5) price does not have effect on purchasing decisions with being mediated by costumer trust, 6) brand image does not have effect on purchasing decisions with being mediated by costumer trust*

**Keywords : Product Quality, Price, Brand Image, Purchasing Decisions, Customer Trust.**