

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(STUDI KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK MIE SEDAAP
PADA MAHASISWA STIE GENTARAS BANDAR LAMPUNG)**

Stefanus Dimas Nanda Saputra

20612010060

Abstrak

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga semakin meningkat, hal ini membawah pengaruh perilaku dalam memilih barang. Hal ini perusahaan harus memperhatikan aspek penting dalam sebuah produk. Salah satunya dengan menjaga kualitas produk, harga dan citra merek perusahaan tersebut. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel moderasi (studi pada pelanggan mie instan merek mie sedap). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 75 orang dengan kriteria yang sudah ditentukan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada pelanggan yang sesuai dengan kriteria. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah aplikasi Smart PLS 4. Uji yang dilakukan pada penelitian ini yaitu uji outer model dan inner model. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek tidak memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan variabel citra merek tidak memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

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

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE TOWARDS
PURCHASING DECISIONS WITH BRAND IMAGE AS A MODERATING
VARIABLE**

**(STUDY OF PURCHASING DECISIONS FOR INSTANT
NOODLES OF MIE SEDAAP BRAND AT STUDENTS OF STIE
GENTARAS BANDAR LAMPUNG)**

Stefanus Dimas Nanda Saputra

20612010060

Abstract

Based on the increasing standard of living, people's demand for goods is also rising, which influences their behavior in choosing products. Therefore, companies must pay attention to important aspects of a product. One of these aspects is maintaining product quality, price, and the company's brand image. This study aims to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions with brand image as a moderating variable (a study on Mie Sedaap instant noodle customers). This research employs a quantitative approach. The sampling technique used in this study is purposive sampling with a total of 75 respondents who meet specific criteria. Data collection was carried out by distributing online questionnaires to customers who fit the criteria. The data analysis utilized in this study is the Smart PLS 4 application. The tests conducted in this research include the outer model test and the inner model test. Based on the results of the research, it was shown that the product quality variable has a positive effect on purchasing decisions, the price variable has a positive effect on purchasing decisions, the brand image variable does not moderate the influence of product quality on purchasing decisions, and the brand image variable does not moderate the influence of price on purchasing decisions.

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