

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK
INDOMIE DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
Studi pada Konsumen Indomie di Kelurahan Karangwaru, Tegalgrejo, Yogyakarta

Anggita Putri
172214177
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Citra merek memediasi kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 2) Citra merek memediasi harga terhadap keputusan pembelian, 3) Citra merek memediasi promosi terhadap keputusan pembelian pada produk mie instan Indomie. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh guru negeri maupun swasta yang menggunakan dan membeli mie instan Indomie. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian guru negeri maupun swasta yang menggunakan dan membeli mie instan Indomie. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi WarpPLS 6.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Citra merek memediasi sebagian pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, 2) Citra merek tidak memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, 3) Citra merek memediasi penuh pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.

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

ABSTRACT

***THE INFLUENCE QUALITY OF PRODUCT, PRICE, AND PROMOTION
TOWARDS PURCHASING DECISION OF INDOMIE BRAND INSTANT
NOODLES WITH BRAND IMAGE AS MEDIATING VARIABLE***

Study on Indomie Consumers in Karangwaru Village, Tegalrejo, Yogyakarta

Anggita Putri

172214177

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2023

This study aims to determine whether : 1) Brand image mediates the influence of product quality towards purchasing decisions, 2) Brand image mediates the influence of price towards purchasing decisions, 3) Brand image mediates the influence of promotions towards purchasing decisions on Indomie instant noodle products. The sampling technique used convenience sampling. The population in this study are people in Karangwaru Village, Tegalrejo, Yogyakarta who make a decision to purchase Indomie products at least once or more. The sample in this study are people in Karangwaru Village, Tegalrejo, Yogyakarta who make a decision to purchase Indomie products at least once or more. Data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique in this study is Partial Least Square using the WarpPLS 6.0 application. The results of this study indicate that: 1) Brand image partially mediated the influence of product quality towards purchasing decisions, 2) Brand image did not mediate the influenced of price towards purchasing decisions, 3) Brand image mediated the influence of promotion towards purchasing decisions.

***Keywords : Quality Product, Price, Promotion, Brand Image and Purcashing
Decision***