

ABSTRAK

PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp) adalah perusahaan yang bergerak dibidang fashion, khususnya produksi pakaian muslim. Dalam industri yang sangat kompetitif, kualitas produk dan citra merek menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam mendapatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif untuk mengukur pengaruh anatar varabel. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp). Populasi dalam penelitian ini konsumen PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp), sampel penelitian ini adalah 180 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan accidental sampling. Analisis data dan permodelan persamaan struktural dengan menggunakan software Warp PLS 6.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H1 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, H2 Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, H3 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, H4 Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, H5 Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, H6 Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen melalui Keputusan pembelian, H7 Citra merek X2 berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen Y melalui Keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp) is a company operating in the fashion sector, especially the production of Muslim clothing. In a highly competitive industry, product quality and brand image are important factors in influencing consumer purchasing decisions in achieving consumer satisfaction. This research uses a quantitative analysis approach to measure the influence of variables. The aim of the research is to determine and analyze the influence of product quality and brand image on consumer satisfaction with purchasing decisions as an intervening variable at PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp). The population in this study are consumers of PT. Fatahillah Anugerah Nibras (NBRS Corp), the sample for this study was 180 respondents. The sampling technique was carried out using accidental sampling. Data analysis and structural equation modeling using Warp PLS 6.0 software. The results of this research show that H1 Product Quality has a significant effect on Purchasing Decisions, H2 Brand Image has a significant effect on Purchasing Decisions, H3 Product Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction, H4 Brand Image has a significant effect on Consumer Satisfaction, H5 Purchasing Decisions has a significant effect on Consumer Satisfaction, H6 Product quality has a significant effect on consumer satisfaction through purchasing decisions, H7 Brand image X2 has a significant effect on consumer Y satisfaction through purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction, Purchasing Decisions