

## ABSTRAK

Era sekarang ini, perkembangan industri sepatu sudah sangat pesat dan banyak merek sepatu yang telah ditawarkan baik di dalam negeri maupun di luar negeri salah satunya adalah merek fladeo. Dengan banyaknya pilihan yang ditawarkan, konsumen juga semakin kritis dalam melakukan keputusan pembelian. Dalam hal ini terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk dan *word of mouth*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian fladeo dan *brand image* sebagai variabel intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen wanita di kota Jakarta dan ada 130 responden sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) yang diestimasi dengan AMOS 22.0 .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image* dan keputusan pembelian kemudian *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Word Of Mouth*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.