

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap citra merek dan dampaknya terhadap keputusan pembelian. Toko Madina Mebel mengalami penurunan penjualan didua tahun terakhir yaitu pada tahun 2016 dan 2017, penurunan penjualan tersebut disebabkan banyaknya pesaing pasar yang bermunculan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan, citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di toko Madina Mebel, dengan responden masyarakat di kota Banjarnegara. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 125 responden. Adapun metode pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semua variabel dalam penelitian berpengaruh positif dan signifikan sehingga toko Madina Mebel dapat berfokus untuk meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra merek toko dalam peningkatan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian