

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada Konsumen Kaos Sablon ZA Cloth di Kecamatan Sumberrejo Kabupaten Bojonegoro), Anggi Nisma Meditia, Ali Muhajir, Martha Laila Arisandra, 2025, Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan desain terhadap keputusan pembelian kaos sablon ZA Cloth dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen di Kecamatan Sumberrejo, Kabupaten Bojonegoro). Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian kaos sablon ZA Cloth. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis jalur (path analysis) yang diolah menggunakan SPSS versi 25 untuk menguji beberapa hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil uji $t = 1,992 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil uji $t = 2,553 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Desain juga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan hasil uji $t = 2,722 > 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Secara simultan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen. Variabel Kepuasan Konsumen terbukti memediasi pengaruh tidak langsung dari Kualitas Produk, Citra Merek, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian. Total pengaruh yang ditimbulkan menjadi lebih kuat ketika Kepuasan Konsumen hadir sebagai perantara. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memainkan peran penting dalam memperkuat hubungan antara variabel independen dengan keputusan pembelian.

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