

ABSTRAK

Aisah nur rochma : fakultas ekonomi universitas yapis papua, Januari 2018. Analisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening (pada toko roti BreadTalk Jayapura). Pembimbing : Dr. H. Muhdi B. Hi. Ibrahim., S.E. M.M., Komisi Pembimbing : Dr. Syamsier Husein, SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening (pada toko roti BreadTalk Jayapura). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko roti BreadTalk Mall Jayapura. Sampel yang digunakan adalah 200 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepercayaan konsumen. Artinya jika kualitas produk meningkat maka akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Terdapat pengaruh antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kepercayaan konsumen meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya jika kualitas produk meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen dari hasil uji sobel $1,678 < 1,98$. Artinya kepercayaan konsumen tidak mampu memediasi secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, keputusan pembelian dan kepercayaan konsumen

ABSTRACT

Aisah nur rochma: faculty of economics of yapis papua university, January 2018. Analysis of product quality to purchase decision with consumer trust as intervening variable (at BreadTalk bakery Jayapura). Pembimbing: Dr. H. Muhdi B. Hai. Ibrahim., S.E. M.M., Supervising Commission: Dr. Syamsier Husein, SE., M.Sc.

This study aims to analyze the effect of product quality on purchasing decisions with consumer confidence as intervening variable (in BreadTalk bakery Jayapura). The population used in this study consumers who have made purchases at the bakery BreadTalk Mall Jayapura. The sample used is 200 respondents. The analysis tool used is SEM. The results showed that there is influence between product quality to consumer trust. This means if the quality of the product increases it will increase consumer confidence. There is an influence between consumer confidence in purchasing decisions. This means that if consumer confidence increases it will increase purchasing decisions. There is an influence between the quality of the product on the purchase decision. This means that if the quality of the product increases then it will increase purchasing decisions. The effect of product quality on purchasing decision through consumer trust from result of test of sobel $1,678 < 1,98$. This means that consumer confidence is not able to mediate partially the effect of product quality on purchasing decisions.

Keywords: product quality, purchasing decision and consumer trust