

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK
(STUDI PENGGUNA PRODUK PECI LIMO)**

**Oleh :
Aprininda
1861017**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian yang di mediasi oleh citra merek pengguna produk peci limo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data lapangan menggunakan kuisioner. Responden dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang sebelumnya pernah menggunakan produk Peci Limo.

Teknik analisa data menggunakan metode PLS-SEM dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap citra merek, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan citra merek secara *Partial* memediasi antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk peci limo.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Citra Merek.

**THE EFFECT OF THE MARKETING MIX ON PURCHASE DECISIONS
MEDIATED BY BRAND IMAGE
(STUDY ON USERS LIMO PECI PRODUCT)**

**By :
Aprininda
1861017**

**Supervisor :
Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the marketing mix on purchasing decisions which are mediated by the brand image of users of the Limo Peci product. This study uses an explanatory research method which is carried out through field data collection using questionnaires. Respondents in this study were 100 consumers who had previously used Limo Peci products.

The data analysis technique used the PLS-SEM method and hypothesis testing. Based on the results of the study, it shows that the marketing mix has a positive effect on purchasing decisions, the marketing mix has a positive effect on brand image, brand image has a positive effect on purchasing decisions, and brand image partially mediates between the marketing mix on purchasing decisions for users of Limo cap products.

Keywords : Marketing Mix, Purchasing Decisions, Brand Image