

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AMBASSADOR*  
TERHADAP CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO RELIC SYNDICATE  
DRAFT SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

**Oleh:**

**Sandi Indra Permana**

**124010040**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2016**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas produk dan brand ambassador terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro Relic syndicate. Populasi jumlah transaksi pembelian, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 97 orang responden dengan menggunakan teknik sampling *accidental*. metode yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan *brand ambassador* terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada distro Relic syndicate baik secara simultan maupun parsial. Simpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi kualitas produk dan *brand ambassador* maka citra merek dan keputusan pembelian akan meningkat. Selain itu pengaruh langsung antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 24,4% lebih besar dari pengaruh tidak langsung sebesar 5,1%. Kemudian variabel *brand ambassador* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian sebesar 10,9% lebih besar daripada pengaruh secara tidak langsung yaitu sebesar 4,5%. Dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki peran yang kecil sebagai variabel *intervening*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Brand Ambassador, Citra merek, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*the purpose of this study to determine the direct and indirect influence between product quality and brand ambassador of the brand image and its impact on purchasing decisions on distributions Relic syndicate. The population number of purchase transactions, samples taken in this study were 97 respondents using accidental sampling technique. the methods used are questionnaires and interviews. Analysis of the data used is descriptive analysis and path analysis (path).*

*These results indicate that there are significant between product quality and brand ambassador of the brand image and its impact on purchasing decisions on distributions Relic syndicate either simultaneously or partially. Conclusions from this research is the higher quality of the product and the brand ambassador of the image nerek and purchasing decisions will increase. In addition to the direct influence of the quality of products on purchasing decisions by 24.4% greater than the indirect effect of 5.1%. Then the brand ambassador variables directly influence purchasing decisions by 10.9% greater than the effect of indirectly at 4.5%. It can be concluded that the image of the brand has little tsebagai intervening variables.*

*Keywords: Product Quality, Brand Ambassador, brand image, and Purchase Decision*