

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, *Brand Loyalty* Dan *Percieved Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui kepuasan Konsumen Pada Produk Sariayu Martha Tilaar.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sariayu Martha tilar. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *Purposive Sampling*, *Purposive Sampling* sendiri mempunyai kriteria antara lain, harus pemakai produk sariayu dan tentunya yang dituju pertama adalah wanita,yang sudah menggunakan produk sariayu lebih dari 1bulan,wanita yang usianya mulai 20 tahun. Data dianalisis dengan menggunakan uji normalitas, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, uji F dan Uji hipotesis.

Hasil pengujian diperoleh bahwa *brand image*,*brand loyalty*,dan *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Brand image*,*brand loyalty*,*perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Percieved Quality*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Konsumen.

ABTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Brand Loyalty and Quality percieved Buying Decision Against satisfaction Through Consumer Products Sariayu Martha Tilaar.

The population in this study is that consumers Sariayu Martha tilar. The sample in this study were taken by purposive sampling method .purposive sampling it self has among other criteria, the user must sariayu products and ofcourse women who are already using the product sariayu more than 1 month, a woman whose age began 20 years. Data were analyzed using normality test, classic assumption koofisiendeterminasi test, F test and test hypotheses.

The test results showed that the brand image, brand loyalty, percieved Quality significant positive effect on purchasing decisions, brand image significant positive effect on customer satisfaction, perceived quality significant positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Brand Loyalty, Perceived Quality, Purchasing Decision, Customer Satisfaction.