

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TANGKI BBM PERTAMINA DENGAN *PERSONAL SELLING* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR PADA PT. RAF HERCULES PRATAMA

ABSTRAK

OEI IK HAN

213311010014

PT. RAF Hercules Pratama adalah perusahaan karoseri yang berlokasi di Medan, Sumatera Utara. Perusahaan ini fokus dalam merancang dan membuat karoseri kendaraan niaga berupa Tangki BBM. PT. RAF Hercules Pratama dalam meningkatkan keputusan pembelian menerapkan strategi *brand image*, kualitas produk, harga dan *personal selling* namun penetapan strategi *brand image*, kualitas produk, harga dan *personal selling* belum sepenuhnya maksimal dalam meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan *personal selling* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 85 *customer* dengan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan bantuan program PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *personal selling* tidak dapat memoderasi pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian, *personal selling* tidak dapat memoderasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan *personal selling* tidak dapat memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Saran penelitian ini diharapkan PT. RAF Hercules Pratama meningkatkan penggunaan *personal selling* sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga, *Personal Selling* Dan Keputusan Pembelian

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TANGKI BBM PERTAMINA DENGAN *PERSONAL SELLING* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR PADA PT. RAF HERCULES PRATAMA

ABSTRACT

OEI IK HAN

213311010014

PT. RAF Hercules Pratama is a car body company located in Medan, North Sumatra. This company focuses on designing and manufacturing commercial vehicle bodywork in the form of fuel tanks. PT. RAF Hercules Pratama in improving purchasing decisions applies brand image, product quality, price and personal selling strategies, however determining brand image, product quality, price and personal selling strategies has not been fully optimal in improving purchasing decisions. This research aims to determine the influence of brand image, product quality and price on purchasing decisions with personal selling as a moderating variable. This research uses quantitative research methods using a sample of 85 customers with a saturated sampling technique. The data analysis technique uses the Structural Equation Modeling (SEM) method with the help of the PLS 3.0 program. The results of the research show that the brand image variable influences purchasing decisions, product quality influences purchasing decisions, price influences purchasing decisions, personal selling cannot moderate the influence of brand image on purchasing decisions, personal selling cannot moderate the influence of product quality on purchasing decisions and personal sales cannot significantly moderate the influence of price on purchasing decisions. PT. RAF Hercules Pratama should improve the use of personal selling so that it can improve purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Price, Personal Selling and Purchasing Decisions*