

***The Effect Of Brand Image, Price, And Product Quality
On Mixue Purchase Decisions***

By Jeshica Valentina

Abstract

This study is entitled "The Effect Of Brand Image, Price, And Product Quality On Mixue Purchase Decisions". The purpose of this study is to analyze, identify,, and empirically the influence of brand image, price, and product quality on consumer purchasing decisions of Mixue. This research utilizes primary data collected from a population of Mixue consumers, with a sample size of 135 respondents selected through an online questionnaire distributed via Google Form. The sampling method employed in this study is non-probability sampling with a purposive sampling approach. Data processing was performed using quantitative descriptive analysis, followed by analysis using SmartPLS 4.0 software. The results indicate that product quality has a significant positive effect on the purchase decision of Mixue products, while brand image does not show a significant impact. Additionally, price perception was found to positively influence consumer purchasing decisions, highlighting the importance of product quality and pricing strategies in the marketing of Mixue.

Keywords: *Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision.*

Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue

By Jeshica Valentina

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengidentifikasi, dan menguji secara empiris pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mixue. Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dari populasi konsumen Mixue, dengan ukuran sampel sebanyak 135 responden yang dipilih melalui kuesioner daring yang disebarakan melalui Google Form. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, dilanjutkan dengan analisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mixue, sedangkan citra merek tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, persepsi harga ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, yang menyoroti pentingnya kualitas produk dan strategi harga dalam pemasaran Mixue.

Keywords: Cita Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian