

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pencil hitam 2B Faber Castell.

Data yang diperolah dari penelitian ini berupa hasil survey penelitian lapangan dan menyebarkan kuesioner kepada 300 responden/siswa-siswi. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sample dengan teknik sampling non probabilitas, dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Responden ditetapkan dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yaitu siswa-siswi yang pernah membeli dan menggunakan pencil hitam 2B Faber castell

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi SMK Jakarta 1, Kalideres Jakarta Barat, yang memiliki siswa/siswsi sebanyak 599 orang. Untuk menjawab perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian, maka analisis yang dipergunakan adalah analisis SEM (Structural Equation Modeling).

Berdasarkan hasil SEM dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap citra merek, persepsi harga berpengaruh terhadap citra merek, kemudian citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitasproduk, Persepsi Harga, Citra merek, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality and price perception of the brand image and its impact on purchasing decisions 2B black pencil Faber Castell.*

*The data obtained from this research is a survey research field and distributing questionnaires to 300 respondents / students. This study uses a sampling method with a non-probability sampling technique, where a sampling technique that does not give opportunity / equal opportunity for each element or member of the population to be selected into the sample. Respondents were determined using purposive sampling technique is a technique for determining sample with some specific considerations that students who've purchased and used a black pencil 2B Faber castell*

*The population in this study were students of SMK Jakarta 1, kalideres, which has a student / siswsi as many as 599 people. To answer the problem formulation, purpose and hypothesis of the study, the analysis used is the analysis of SEM (Structural Equation Modeling).*



*Based on the results of SEM can be concluded that the quality of the products affect the brand image, price perceptions affect the brand image, and brand image influence on purchase decisions, then the perception of price influence on purchase decisions, as well as the quality of the product does not affect the purchase decision.*

*Keywords:* *product quality, price perception, brand image, Purchase Decision*