

ABSTRAK

Stevy Gabriela Amanda Chandra, Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent wilayah Grogol Jakarta Barat, dibimbing oleh R.A Nurlinda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Pengaruh kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian menggunakan pasta gigi Pepsodent wilayah Grogol Jakarta Barat. Kualitas produk, promosi dan citra merek menjadi variabel independen sedangkan keputusan pembelian menjadi variabel dependen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Responden penelitian ini adalah yang membeli dan menggunakan pasta gigi Pepsodent.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dengan variabel kualitas produk (x_1) promosi (x_2) dan citra merek (x_3) dan keputusan pembelinya (y) dan di hitung menggunakan uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas produk, promosi dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent wilayah Grogol Jakarta Barat. Secara parsial Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent wilayah Grogol Jakarta Barat. Citra Merek dan *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pasta gigi Pepsodent wilayah Grogol Jakarta Barat.

Kata kunci : Kualitas Produk, Promosi Citra Merek, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Stevy Gabriela Amanda Chandra, *The influence of product quality, promotion and brand image on purchasing decisions of Pepsodent toothpaste in Grogol West Jakarta, Advised by RA Nurlinda*

The aim of this research is knowing the influence of product quality, promotion and brand image to purchase decision toothpaste Pepsodent in Grogol West Jakarta. Product quality, promotion and brand image become the dependent variable. The number of samples used in this study as many as 100 respondents. The response of this study is that of buying and using Pepsodent toothpaste.

The method of analysis used in this study is multiple linear regression. With product quality variable (x_1) promotion (x_2) and brand image (x_3) and decision of buyer (y) and calculated using t test and f test.

The results showed simultaneously Product quality, promotion and brand image resistant to purchase decision of toothpaste Pepsodent in Grogol West Jakarta. Partially Product Quality does not affect buying decision of toothpaste Pepsodent in Grogol West Jakarta. Brand Image and Word of Mouth terhadap Decision purchase of toothpaste Pepsodent in Grogol West Jakarta.

Keywords: Product Quality, Brand Image Promotion, and Decision