

ABSTRAK

Irmawati, Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Manis ABC (Studi Kasus pada ibu rumah tangga di Wilayah Duri Utara, Jakarta Barat) (dibimbing oleh Ir. Jatmiko, MM, MBA)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Citra Merek (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dari penelitian ini variabel independen terdiri dari Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Citra Merek (X3) dan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Wilayah Duri Utara, Jakarta Barat, pengambilan sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kecap manis ABC. Dalam penelitian ini citra merek merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian,

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Irmawati, *Effect of Promotion, Product Quality, and Brand Image on the Decision to Purchase ABC Sweet Ketchup (Case Study on housewives in North Duri Region, West Jakarta) (supervised by Ir. Jatmiko, MM, MBA)*

This study aims to determine the effect of Promotion (X1), Product Quality (X2), and Brand Image (X3) on Purchase Decisions (Y). From this study the independent variables consist of Promotion (X1), Product Quality (X2), and Brand Image (X3) and the dependent variable is Purchase Decision (Y). The population in this study were housewives in the North Duri Region, West Jakarta, with 120 respondents taking samples in this study. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that promotion, product quality, and brand image have a significant effect on ABC sweet soy sauce purchasing decisions. In this study brand image is the most dominant variable that influences purchasing decisions,

Keywords: Promotion, Product Quality, Brand Image, Purchase Decision