

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLDMAN STORE
SEMARANG
(Studi Pada Produk Homie Oldman di Oldman Store Semarang)**

TINTON RAMADHAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102348@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti sekarang, banyak ditandai dengan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi disegala bidang. Hal ini memunculkan persaingan baru yang ketat di dalam sebuah dunia usaha. Setiap perusahaan dituntut untuk bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyaknya para pesaing yang bergerak dalam industri yang sama. Salah satu upaya sebuah perusahaan untuk bisa terus bertahan dalam bidang yang dijalankannya adalah dengan memperhatikan promosi, kualitas produk, citra merek, dan harga agar mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung dari Oldman Store Semarang. Sampel penelitian ini adalah 100 pengunjung. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis menggunakan F statistik untuk menguji pengaruh variabel secara simultan serta t statistik untuk menguji koefisien regresi parsial. Selain itu semua variabel telah diuji dengan uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa : Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga.

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRODUCTS QUALITY, BRAND
IMAGE, AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT OLDMAN
STORE SEMARANG**
(Study in Homie Oldman Product in Oldman Store Semarang)

TINTON RAMADHAN

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201102348@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

In the era of globalization, many marked by economic development and technological progress in all fields. It is led to the strict new competition in a business world. Each company is required to be able to create a sustainable competitive advantage in the face of the increasing number of competitors who engaged in the same industry. One of the efforts of a company to be able to survive in the area being operated is by paying attention to the promotion, product quality, brand image, and the price in order to be able to influence the purchasing decisions of consumers towards a product. The population in this study is a visitor of Oldman Store Semarang. The sample is 100 visitors. The type of data used are primary and secondary data. The methods of data collection are questionnaire. Data analysis techniques in this study uses multiple linear regression analysis. Hypothesis testing uses the F statistic to test the effect of simultaneous variables and t statistic to examine partial regression coefficient. Besides that, all the variables have been tested with normality test, Multicollinearity test, Heteroskidastity test. The result of analysis show that: Promotion, Product Quality, Brand Image, and price have a positive and significant influence on the purchasing decisions.

Keyword : Promotion, Product Quality, Brand Image and Price