

**Pengaruh Marketing Mix dan Citra Merek terhadap Keputusan
Pembelian pada Merek Sepatu Kickers di Sholine Citraland
Semarang**

AYU PUSPITASARI HERRY PUTRI

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102208@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh marketing mix dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada merek sepatu kickers di Shoeline Citraland Semarang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sepatu merek kickers di shoeline citraland semarang. Agar penelitian lebih fit maka sampel diambil sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh marketing mix dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada merek sepatu kickers di Shoeline Citraland Semarang baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : Harga, produk, promosi, lokasi dan citra merek, keputusan pembelian

The Influence of Marketing Mix and Brand Image on Purchasing Decisions of Kickers Brand Shoes in Shoeline Citraland Semarang

AYU PUSPITASARI HERRY PUTRI

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 211201102208@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of the marketing mix and brand image on purchasing decisions of Kickers brand shoes Shoeline Citraland in Semarang.

The population used in this study is the consumers who purchase kickers brand shoes in shoeline citraland Semarang. The total sample in this research is 100 respondents in order to fit as a research data. The analysis tool used is multiple linear regression.

The results show that there is an influence of marketing mix and brand image on purchasing decisions of kickers brand shoes in shoeline Semarang Citraland both partially and simultaneously.

Keyword : price, product, promotion, location and brand image, purchasing decision