

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian
(Studi Kasus Pada Toko Bunga "Anggrek Bulan" (AB) di Dr Sutomo
No. 4 Semarang)**

ITA BULANDARI

(Pembimbing : Ida Farida, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202513@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Saat ini seseorang lebih menyukai memberi Hand bouqed dan karangan bunga sebagai hadiah ulang tahun/ wisuda. Besarnya Kebutuhan seseorang untuk memberikan hand bouqed dan karangan bunga, pada akhirnya memberikan pengaruh besar bagi pesatnya perkembangan penjualan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Usaha untuk meningkatkan keputusan pembelian diantaranya adalah dengan memperhatikan beberapa faktor yaitu citra merek, kualitas produk dan promosi.

Penelitian dilakukan di Dr. Sutomo No. 4 Semarang. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 100 responden, dan menggunakan metode sampling Purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20 regresi linier berganda, uji f, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karangan bunga di Toko Bunga "Anggrek Bulan".

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

**Influence of Brand Image, Product Quality and Promotion on
Purchasing Decision
(Case Study on Flower Shop "Anggrek Bulan" (AB) at Dr. Sutomo
No.4 Semarang)**

ITA BULANDARI

(Lecturer : Ida Farida, SE, MM)

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

www.dinus.ac.id

Email : 211201202513@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Nowdays someone prefers to give Hand bouqed and a bouquet of flowers as a birthday / graduation. The amount Needs of someone to give bouqed hand and a bouquet of flowers, ultimately giving big influence to rapid development of sales in Indonesia. The purpose of this study was to determine the effect of brand image, product quality and promotion on purchasing decisions. Efforts to increase the purchasing decision of which is to consider several factors such as brand image, product quality and promotion

The study was carried out at Dr. Sutomo No. 4 Semarang. The sample used in this study was 100 respondents, and using sample purposive sampling, that the sample method is limited to specific types of people who can provide the desired information, either because they ware the only ones who have it, or appropriate some of the criteria specified by researchers. Testing the hypothesis in this study using SPSS version 20 of multiple linear regression, f test, t test, and the coefficient of determination. Results of the analysis showed that the brand image, product quality and promotion have positive and significant effect on purchasing decisions of flower bouquets in Flower Shop "Anggrek Bulan"

Keyword : Brand Image, Product Quality , Promotion and Purchasing Decision