

**Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Keputusan
Konsumen Membeli Produk Sophie Paris di Kota Semarang**

ALMAS EKA SUSANTI

(Pembimbing : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201303107@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan citra merek terhadap keputusan konsumen membeli produk Sophie Paris di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Sophie Paris di Semarang. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling pada 100 responden dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan bantuan aplikasi spss versi 20.0.

Teknik pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antar skor uji realibilitas dengan cronbach alpha. Kemudian uji asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variable independen (produk, harga, lokasi, promosi dan citra merek) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

The Influence of Marketing Mix and Brand Image on Consumers Purchasing Decision of Sophie Paris's Product in Semarang City

ALMAS EKA SUSANTI

(Lecturer : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

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

www.dinus.ac.id

Email : 211201303107@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of marketing mix and brand image on consumer's purchasing decision of Sophie Paris's product in Semarang City. The population in this study is that consumers who buy the products of Sophie Paris in Semarang. The method used in sampling were purposive sampling at 100 using questionnaires. Data were analyzed using SPSS version 20.0 application assistance. Technique tests performed in this study using validity test of the correlation between the score of reability test with cronbach alpha. Then classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove hypothesis of study. Results of research conducted shows that all independent variables such as (product, price, location, promotion and brand image) have significant influence on dependent variable (purchasing decision).

Keyword : Product, Price, Location, Promotion, Brand Image and Purchasing Decision