

Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi Produk Bakmi Mewah di Kota Semarang)

FUJI NURROHMATIN ULIN NI'MAH

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201303017@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Persaingan pasar yang semakin ketat membuat produsen harus berfikir kreatif dan inovatif dalam membuat sebuah produk, apalagi di era digital yang semakin canggih ini membuat semua informasi bisa dengan mudah tersalurkan, begitu pula informasi untuk sebuah produk seperti Bakmi Mewah yang mengeluarkan inovasi terbaru. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk, konsumen akan mempertimbangkan berbagai aspek sebelum membeli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel yaitu harga, promosi, citra merek dan viral marketing terhadap keputusan pembelian Bakmi Mewah di kota Semarang.

Alat pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan sampel sebesar 100 responden di kota Semarang dengan menggunakan teknik purposive sampling (teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS 20.0. Hasil perhitungan koefisien determinasi sebesar 0,546. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga, promosi, citra merek, dan viral marketing mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 54,6%. Sedangkan sisanya 45,4% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel harga, promosi, citra merek dan viral marketing.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga, citra merek dan viral marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bakmi Mewah di kota Semarang. Namun, promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Bakmi Mewah di kota Semarang.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Citra Merek, Viral Marketing dan Keputusan Pembelian.

The Influence of Price, Promotion, Brand Image and Viral Marketing on Purchasing Decision (Study Bakmi Mewah Products in Semarang City)

FUJI NURROHMATIN ULIN NI'MAH

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

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

www.dinus.ac.id

Email : 211201303017@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The market competition increasingly stringent make manufacturers have to think creatively and innovation to make products, especially in the digital era is increasingly sophisticated to make all information can be distributed easily, Similarly, information for a review of such as products Bakmi Mewah that issued the latest innovation. Before the consumer decided to buy a product, consumer will consider different aspect before buying. The purpose of the research is to know the effect of several variables such as price, promotion, brand image and viral marketing on purchasing decision of Bakmi Mewah in Semarang City.

Data collection tools using a questionnaire with the sample of 100 respondents in Semarang city with purposive sampling technique (the techniques of determination with specific considerations). The analysis method used multiple linear regression analysis using SPSS 20.0. The result of the calculation of determination coefficient of 0.546. This showed that price variable, promotion, brand image, and viral marketing can explain of purchasing decision by 54.6%. While the remaining 45.4% is explained by another variable besides variable price, promotion, brand image and viral marketing.

The analysis showed that price, brand image and viral marketing have a positive and significant influence on purchasing decision of Bakmi Mewah in Semarang city. However, the promotion has no positive and significant influence on purchasing decision of Bakmi Mewah in Semarang city.

Keyword : Price, Promotion, Brand Image, Viral Marketing and Purchasing Decision.