

**Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Promosi, Kualitas Layanan dan Diferensiasi Terhadap Keputusan Konsumen untuk memilih jasa Wedding Organizer di kota Semarang**

**WIJAYANTO KUSUMAJATI**

(Pembimbing : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202667@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen Keputusan mengenai layanan pernikahan atau Wedding Organizer. Faktor-faktor yang digunakan adalah Citra Merek (Brand Image), Promosi, Kualitas Layanan dan Diferensiasi yang telah berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pernikahan atau Wedding Organizer. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel Citra Merek (Brand Image), Promosi, Kualitas Layanan dan Diferensiasi kepada Keputusan Pembelian adalah dengan menggunakan dua dukungan analisis regresi dengan statistic SPSS untuk jendela versi 20 dan pemeriksaan hipotesis yang berorientasi, ketika nilai probabilitas <0,05 Oleh karena itu menyimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan ketika nilai Probability > 0,05 karena  $H_0$  ditolak. Hasil penelitian diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki positif dan signifikan berpengaruh terhadap variabel independen adalah Keputusan Pembelian. Dari hasil statistic ganda analisis regresi dengan menggunakan bantuan SPSS, persamaan regresi  $Y = 427 a + 0,178 X_1 + 0,163 X_2 + 0,200 X_3 + 0,470 X_4$ . Bersamaan Citra Merek (Brand Image) ( $X_1$ ), Promosi ( $X_2$ ), Kualitas Layanan ( $X_3$ ) dan Diferensiasi ( $X_4$ ) yang masuk akal untuk menjelaskannya mengikat variabel itu, Keputusan Pembelian karena koefisien uji perhitungan F tentang 128,699 dan signifikansi Tingkat <0,05 adalah 0,000.

Kata Kunci : Kata Kunci : Citra Merek (Brand Image), Promosi, Kualitas Layanan, Diferensiasi dan Keputusan Pembelian

**The Effect of Brand Image (Brand Image), Promotion, Service Quality  
and Differentiation on Consumer Decision to Choosing Wedding  
Organizer in Semarang City**

**WIJAYANTO KUSUMAJATI**

(Lecturer : Dr. Ir Dwi Eko Waluyo, MM)

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

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202667@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

This study aims to investigate the factors that can affecting consumer purchasing decision concerning the wedding service or Wedding Organizer. The factors used are Brand (Brand Image), promotion, service quality and diferentiation that has that hare an effect an purchasing decision of wedding or Wedding Organizer. Analysis method used to analyze the effect of brand (Brand Image) variable, promotion, service quality and diferentiation on purchasing decision was by using double regression analysis support by statistical SPSS for window version 20 and hipotesis examination which oriented, when probability value < 0,05 therefore conclude that  $H_a$  accepted and when Probability value > 0,05 therefore  $H_a$  rejected. The Research result obtained that all of independent variable have positive and effect on independent variable was purchasing decision. From statistical result of multiple regression analysis by using SPSS program assistance, regression equation of  $Y = 427 a + 0,178 X1 + 0,163 X2 + 0,200 X3 + 0,470 X4$ . Simultaneously brand (brand image) variable (X1), promotion (X2), service quality (X3) and diferentiation (X4) reasonable to explain it binding variable, was purchasing decision because calculation F test coefficient about 128,699 and signification level < 0,05 was 0,000.

Keyword : Keywords : Brand (brand image), promotion, service quality, diferentiation and purchasing decision.