

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, desain produk, dan kualitas pelayanan toko Optik Melawai Pada Konsumen Tunjungan Plaza Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Optik Melawai yang berada dalam lingkungan Tunjungan Plaza Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,315 dan tingkat signifikansi 0,001. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,390 dan tingkat signifikansi 0,000. Selanjutnya variabel desain produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,211 dan tingkat signifikansi 0,004. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,201 dan tingkat signifikansi 0,002. Secara simultan, variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Desain Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of brand image, product quality, product design, and quality of service at Melawai Opticalstore to the Consumer of Tunjungan Plaza Surabaya.*

*The population in this research are the consumers who have made purchases at the Melawai Optical store which located within Tunjungan Plaza Surabaya. Sampling technique using accidental sampling with the number of the samples are 100 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis with using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) application tool.*

*The results showed that brand image has a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.315 and significance level of 0.001. Product quality variables have a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.390 and a significance level of 0.000. Further more, product design variables have a significant and positive influence on the purchasing decisions with regression coefficient of 0.211 and a significance level of 0.004. While service quality variables significantly and positively influence on purchasing decisions with regression coefficient of 0.201 and significance level 0.002. Simultan eously, the independent variable has a significant influence on the dependent variable with a significance level of 0.000.*

**Keywords:** *Brand image, product quality, product design, service quality, and purchase decision*



