

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of product quality, brand image, and promotion on the decision to purchase Reebok shoes in Surabaya. The population used in this study is all consumers who visit and make purchases at the Reebok Store Surabaya. The sampling technique uses non probability sampling and sample determination uses accidental sampling with the number of samples used as many as 100 respondents. While the analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS version 23.0 application. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions because the better the quality and quality perceived by consumers, the faster consumers in purchasing decisions. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions because the more easily remembered by consumers, the better the image of the product and the faster consumers in purchasing decisions. Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions because the more promotions given to consumers, the faster consumers will make purchasing decisions.

Keywords: product quality, brand image, promotion, purchasing decision



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Citra merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Reebok di Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Reebok Store Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dan penentuan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan Aplikasi SPSS versi 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin baik mutu dan kualitas yang dirasakan konsumen maka semakin cepat konsumen dalam keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin mudah diingat konsumen maka semakin baik citra produknya dan semakin cepat konsumen dalam keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin banyak promosi yang diberikan kepada konsumen maka semakin cepat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, promosi, keputusan pembelian