

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *citra merk*, *pengabsahan* dan *atmosphere toko* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk di *Distribution Outlet Cosmic Surabaya* yang bertempat di (1) Jl. Raya Gubeng No.2, Surabaya, (2) Jl. Raya Gubernur Suryo No.24, Surabaya, (3) Tunjungan Plaza Lt.2 TP 2, Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian kausal dengan data yang digunakan adalah data primer, sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 99 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda melalui tahap-tahap Uji Instrumen, Uji Kelayakan Model, Uji Asumsi Klasik, Analisis Linear Berganda dan pengujian Hipotesis.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *citra merk* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, *pengabsahan* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian serta *atmosphere toko* juga terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil tersebut membuktikan bahwa seluruh hipotesis pada penelitian terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : *Citra Merk*, Keputusan Pembelian, Regresi

ABSTRACT

This research is meant to find out the influence of brand image, endorsement and store atmosphere to the purchasing decision. The population is all customers who have ever purchased product at Distribution Outlet Cosmic Surabaya which is located on (1) Jl. Raya Gubeng No. 2, Surabaya, (2) Jl. Raya Gubernur Suryo No.24, Surabaya, (3) Tunjungan Plaza Lt.2 TP 2, Surabaya. This research has been carried out by using causal research and the data is the primary data, meanwhile the sample collection technique has been done by using purposive sampling and 99 respondents have been selected as samples. The analysis technique has been conducted by using multiple linear regressions method through steps i.e.: instruments test, reliability model test, multiple linear regressions and hypothesis test.

The result of the test shows that brand image has positive and significant influence to the purchasing decision; endorsement has positive and significant influence to the purchasing decision; and store atmosphere is proven to have positive and significant influence to the purchasing decision. These results show that the truth of all hypotheses has been proven.

Keywords: Brand image, purchasing decision, regressions.