

ABSTRAK

Kalbe Farma merupakan brand lokal yang memasarkan produk berupa obat resep, produk kesehatan pelanggan, dan produk nutrisi yang tidak kalah dengan produk sejenis dari luar negeri yang dibuktikan dengan menerima penghargaan 50 perusahaan publik dengan kapitalisasi pasar terbesar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Fatigon Promuno Wilayah Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli dan mengkonsumsi produk Fatigon Promuno di Surabaya.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat kausal komperatif (*causal comparative reasarch*). Teknik sampel menggunakan *accidental sampling*, penentuan jumlah sampelnya diperoleh dengan menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh 96 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda pada program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk Fatigon Promuno di Surabaya. Hal diatas membuktikan bahwa jika Kalbe Farma meningkatkan dan menjaga citra merek, kualitas produk, dan promosi maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian produk Fatigon Promuno akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Citra merek, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Kalbe Farma is a local brand that markets products in prescription drugs, customer health products, and nutritional products that are not inferior to similar products from abroad; it was proven by the 50 rewards of public companies with the biggest capitalist market. This research aimed to find out the effect of brand image, product quality, and promotion on the purchasing decision of Fatigon Promuno products in the Surabaya area. The research population used consumers who have ever purchased and consumed the product of Fatigon Promuni in Surabaya.

The research used a quantitative method with causal-comparative research. Furthermore, the research sample technique used accidental sampling; meanwhile, the number of research samples used the Lemeshow formula; therefore, it obtained 96 samples. Moreover, the research analysis method used multiple linear regressions analysis with the SPSS program.

The research result concluded that brand image, product quality, and promotion had a positive and significant effect on the purchasing decision at Fatigon Promuno in Surabaya. It was proven that Kalbe Farma had improved and maintained the brand image, product quality, and promotion; therefore, the consumers' decision would increase the purchase of Fatigon Promuno products.

Keywords: *Brand image, product quality, promotion, purchasing decision*



I certify that this translation is true
and accurate, Prepared by a
professional translator. This
translation is provided on this day

27/4/22

M. Faisal S.Pd, M.Pd

STIESIA Language Center
Menur Pumpungan 56 Surabaya 60118, Indonesia