

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Lokal Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya.

Jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 98 responden yang melakukan keputusan pembelian di Erigo Store Trans Icon Mall Surabaya yang diambil menggunakan teknik *purpose sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Erigo Store Trans Icon Mall Surabaya. Demikian pula dengan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan di Erigo Store Trans Icon Mall Surabaya. Serupa juga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Erigo Store Trans Icon Mall Surabaya.

**Kata kunci:** citra merek, kualitas layanan, promosi, keputusan pembelian

## ABSTRACT

*This research aimed to examine the effect of brand image, service quality, and promotion on consumers' purchasing decisions for Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya.*

*The research was descriptive-quantitative. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. The population were 98 respondents who had their purchasing decisions at the Erigo store Trans Icon Mall Surabaya. Furthermore, the instrument of the data collection technique used questionnaires. The data analysis technique used multiple linear with SPSS (Statistical Product and Service Solution). Additionally, the instrument test used validity and reliability tests.*

*The result concluded that brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya. Likewise, service quality had a positive and significant effect on purchasing decisions for Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya. Similarly, the promotion had a positive and significant effect on purchasing decisions for Erigo Event Tour Trans Icon Mall Surabaya.*

**Keywords:** *Brand Image, Service Quality, Promotion, Purchasing Decisions*



