

## ABSTRAK

Perkembangan industri fashion diikuti dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk pakaian, sehingga mereka menjadi lebih selektif dan berhati-hati dalam memilih pakaian yang akan digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh harga, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelanggan Toko Yuzee yang bertempat di ITC Mall Surabaya. Sumber data yang digunakan yaitu data primer. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak seratus responden. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Yuzee. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Yuzee. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Yuzee.

**Kata Kunci** : harga, promosi, citra merek, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*The development of the fashion industry is followed by the increase in public demand for clothes. Therefore, people are more selective and aware in choosing what they wear. This research aims to examine the effect of price, promotion, and brand image on purchasing decisions.*

*The study applies quantitatively. Furthermore, the population consists of customers of the Yuzee store located in ITC Mall Surabaya. The data were primary. Moreover, the data collection technique used simple random sampling. The instrument used was a questionnaire. The questionnaires were distributed to 100 respondents as the sample. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26 version.*

*The result shows that price has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Yuzee store. However, the promotion has a negative and insignificant effect on purchasing decisions at the Yuzee store. In contrast, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Yuzee store.*

**Keywords:** *price, promotion, brand image, and purchasing decisions.*



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

5/2/25

*M. Faizal, S.Pd., M.Pd.*

STIESIA Language Center  
Mahur Pumpungan 30 Surabaya 60118, Indonesia