

Abstract

This study aims to determine the effect of the influence of product quality brand image and sales promotion on consumer purchasing decisions in buying household appliances at cv distributors. Naga Putra Sidoarjo. The population in this study were all consumers of CV. Naga Putra Sidoarjo. 140 consumers sampled using accidental sampling techniques. Data collection using questionnaires, observations and documentation were then analyzed using multiple linear regression analysis and significant tests with the help of SPSS Version 24 program. The results of the research concluded that product quality and sales promotion variables had a negative and non significant effect and the brand image variable had a positive effect and significant while simultaneously having a positive and non significant effect on purchasing decisions. with the results of product quality variable t-count = -0,570 with sig value 0,570, brand image t-count = 2,344 with sig value 0,021, sales promotion t-count = -0,105 with sig value 0,917. While the simultaneous F test results obtained 1,985 with a value of 0,119 sig.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Sales Promotion, Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas produk citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli peralatan rumah tangga pada distributor CV. Naga Putra Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen CV. Naga Putra Sidoarjo. 140 konsumen yang dijadikan sampel menggunakan teknik accidental sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan analisis uji regresi linier berganda dan uji signifikan dengan bantuan program SPSS Version 24. Hasil penelitian yang dilakukan disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh negatif dan non signifikan dan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan sedangkan secara simultan berpengaruh positif dan non signifikan terhadap keputusan pembelian. dengan hasil variabel kualitas produk t -hitung = -0,570 dengan nilai sig 0,570, citra merek t -hitung = 2,344 dengan nilai sig 0,021, promosi penjualan t -hitung = -0,105 dengan nilai sig 0,917. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 1,985 dengan nilai sig 0,119.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian