

ABSTRACT

A purchase decision is a decision made from several alternatives caused by a person's need for a particular product or service. This research was conducted with the aim to determine the effect of brand image, promotion, word of mouth and product quality on purchasing decisions. The population in this study is the Faculty of Economics Student Management Study Program class of 2015. The sampling technique of this study using accidental sampling. Analysis of the data that has been obtained from research respondents is processed using SPSS 23. The results of the study show that brand image, promotion, word of mouth and product quality have a significant effect on purchasing decisions in either simultaneous or partial tests. The independent variable in this study has an influence of 84.5 percent and it is expected that in the next study it can use other independent variables to be able to enrich science, especially in the field of marketing.

Key words: *brand image, promotion, word of mouth, product quality, purchase decision*

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dilakukan dari beberapa alternatif yang disebabkan oleh kebutuhan seseorang akan suatu produk atau jasa tertentu. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi pada penelitian ini merupakan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen angkatan tahun 2015. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Analisis data yang telah diperoleh dari responden penelitian diolah menggunakan software SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merk, promosi, *word of mouth* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik dalam uji simultan ataupun parsial. Variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh sebesar 84,5 persen dan diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel independen lainnya untuk dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran.

Kata kunci: citra merk, promosi, *word of mouth*, kualitas produk, keputusan pembelian