

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU CASUAL ADIDAS PADA STORE
ADIDAS MALL GANDARIA CITY**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen-Strata 1



OLEH :

NAMA : ASRUL ROZAK

NIM : 041401503125054

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2019**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPATU CASUAL ADIDAS PADA STORE
ADIDAS MALL GANDARIA CITY**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Ilmiah Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1



OLEH :

NAMA : ASRUL ROZAK

NIM : 041401503125054

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek, harga, dan promosi secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Populasi atau sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Store Adidas Gandaria City. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan random sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode observasi dan data kuesioner, serta jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Selain itu terdapat beberapa metode analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas, analisis deskriptif, regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan data sampel yang telah digunakan sebanyak 100 dari total 100 kuesioner. Dari hasil pengujian secara parsial dan simultan membuktikan bahwa variabel Citra merek, harga, dan promosi bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Store Adidas Gandaria City.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of variable brand image, price, and promotion partially or simultaneously on purchasing decisions. The population or sample in this study were consumers of the Adidas Gandaria City Store. Data collection used in this study was taken using random sampling. Data collection methods used in this study are observation and questionnaire data, and the type of data used in this study is primary data. In addition there are several methods of data analysis in this study which are validity test, reliability test, descriptive analysis, multiple linear regression, classic assumption test and hypothesis testing. Based on the predetermined criteria sample data that has been used is 100 out of a total of 100 questionnaires. From the results of the tests partial and simultaneously proving that the variables Brand image, price, and promotion together have the same effect on consumer purchasing decisions at the Adidas Gandaria City Store.

Keywords: Brand Image, Price, Promotion, and Purchase Decision

