

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA GIANT SUPERMARKET
BEKASI**

SKRIPSI

Program Studi: Manajemen



OLEH:

Nama : Karwati
Nim : 041301503125262

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
BEKASI
2018**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA GIANT SUPERMARKET
BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen-Strata 1



OLEH:

Nama

: Karwati

Nim

: 041301503125262

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
BEKASI
2018**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra merek, harga, promosi, dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Populasi atau sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Giant Supermarket Bekasi. 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 200 dari total 230 kuesioner. Dari hasil pengujian secara simultan membuktikan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Giant Supermarket Bekasi.

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



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of variable brand image, price, promotion, and product quality partially or simultaneously to the purchase decision. Population or sample in this research is consumer of Giant Supermarket of Bekasi. The data collection used in this study was taken by using random sampling. Data collection method used in this research is observation method and questionnaire data, and data type used in this research that is primary data. In addition there are several methods of data analysis in this study is validity test, reliability test, descriptive analysis, multiple linear regression, classical assumption test and hypothesis testing. Based on predetermined criteria of sample data that has been used as much as 200 out of a total of 230 questionnaires. From the test results simultaneously proved that the variable quality of product, price, and quality of service together - affect the consumer purchase decision at Giant Supermarket Bekasi.

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

