

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA di Indomaret A Yani cabang Sidoarjo. Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah pembeli yang berada di Indomaret A Yani cabang Sidoarjo yang melakukan pembelian dan mengonsumsi produk AQUA. Sumber data yang dipakai yaitu data primer dengan menggunakan metode teknik pengambilan sampel jenuh dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product And Service Solution*). Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang sudah ditentukan; uji t dan regresi menunjukkan variabel harga berpengaruh secara positif dengan hasil 0,000. Variabel promosi berpengaruh secara positif dengan hasil 0,014 dan variabel citra merek berpengaruh positif dengan hasil 0,022. Perusahaan AQUA diharapkan untuk lebih memperhatikan strategi penetapan harga, promosi, citra merek karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Kata kunci: harga, promosi, citra merek, keputusan pembelian

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of price, promotion, brand image on the buying decision of product AQUA at Indomaret A Yani Sidoarjo Brach. The population was the buyers of, Surabaya who buy and use the product product AQUA at Indomaret A Yani Sidoarjo Brach. While, the data were primary. Moreover, the sampling collection technique used saturated sampling with 98 respondents at sampel. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression whit SPSS (Statistical Product and Service Solution). The research result concluded classical assumption test had fulfilled the criteria given. Moreover; T-test and regression test showed price has a positive effect with the t test results of 0.000, promotion has a positive effect with the t test results of 0.014 , brand image had significant and positive effect with the t test results of 0.022 on the buying decision. In addition, AQUA company expeted to consider the promotion strategy, brand image, price and product quality as it could affect the consumer buying decision.

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