

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi penjualan, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Dian Kosmetik Bandung. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah kualitas produk, promosi penjualan, dan citra merek sebagai variabel independen. Sedangkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Toko Dian Kosmetik Bandung dengan jumlah rata-rata perbulan sebanyak 143 orang. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, serta menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 105 konsumen,. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi penjualan, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Dian Kosmetik Bandung. Selain itu besarnya pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, dan citra merek dalam memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 84,6%.

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

ABSTRACT

This research aims to find out whether product quality, sales promotions and brand image influence purchasing decisions at the Dian Cosmetic Shop in Bandung. The factors tested in this research are product quality, sales promotion, and brand image as independent variables. Meanwhile, purchasing decisions are the dependent variable. The research method used in this research is the verification method. The population in this study were consumers who shopped at the Dian Cosmetics Shop in Bandung with an average monthly number of 143 people. The sampling technique used was a probability sampling technique with a simple random sampling method, and used the Slovin formula so that the sample obtained was 105 consumers. The analytical method used is logistic regression analysis. Partial and simultaneous research results show that product quality, sales promotions and brand image have a significant influence on purchasing decisions at the Dian Cosmetic Shop in Bandung. Apart from that, the magnitude of the influence of product quality, sales promotions and brand image in contributing to purchasing decisions is 84.6%.

Keywords: Product Quality, Sales Promotion, Brand Image, and Purchasing Decisions.