

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Konsumen Mie Instan Gaga)

Diana Lestari¹⁾ Mohamad Trio Febriyanto, S.E., M.M. ²⁾

- 1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- 2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk mie instan Gaga. Desain penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal untuk mengetahui hubungan antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik non probability sampling. Responden dalam penelitian ini sebanyak 96 dihitung berdasarkan rumus Rao Purba dengan menggunakan SPSS versi 22. Metode penarikan sampel menggunakan Purposive Sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian melalui kuesioner. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Mie Instan Gaga, Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian