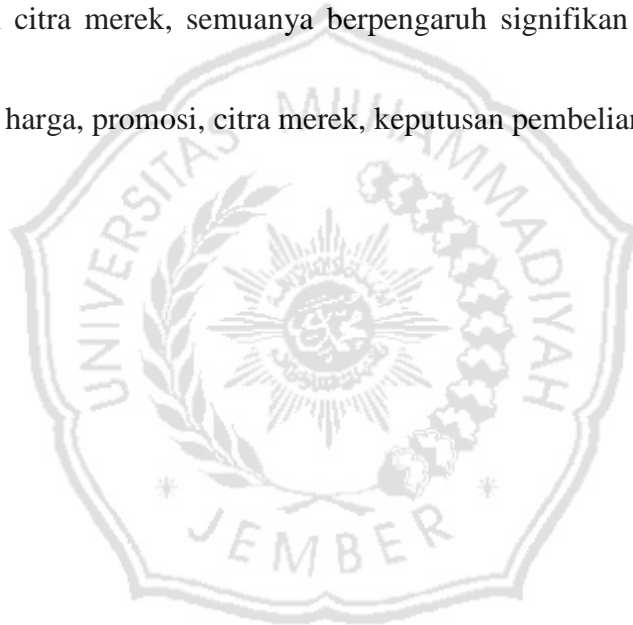


ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 74 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel harga, promosi dan citra merek, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil harga, promosi dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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



ABSTRACT

This research was conducted at Muhammadiyah Jember University Students, Faculty of Economics, 2015 Management Study Program. This study aims to determine the effect of price, promotion and brand image on purchasing decisions. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 74 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the price, promotion and brand image variables, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test results obtained by price, promotion and brand image, all have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *price, promotion, brand image, purchase decis*

