

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL SUZUKI ERTIGA DI PT. SEJAHTERA ABADI
TRADA KOTA TERNATE**

Oleh :

Riska Restiawaty Ikbal

NPM.02041611051

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang memakai mobil Suzuki Ertiga. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling sehingga sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan mobil Suzuki Ertiga di kota Ternate sudah banyak peminat. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari kuesioner yang disebarakan dengan menggunakan pembagian koesioner di objek penelitian, sedangkan analisis datanya menggunakan anasilis karakteristik responden, analisis distribusi frekuensi, analisis validitas dan reabilitas dengan bantuan program SPSS 26 . Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PROMOTION
ON SUZUKI ERTIGA CAR PURCHASE DECISION AT PT. SEJAHTERA ABADI
TRADA KOTA TERNATE**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality and Promotion on Purchasing Decisions. The type of data used in this research is quantitative data. The population in this study are consumers who use the Suzuki Ertiga. The number of samples used was 100 respondents, with the sampling technique using purposive sampling so that the sample in this study were consumers who had used the Suzuki Ertiga car in the city of Ternate. The data in this study are primary data sourced from questionnaires distributed by using questionnaires in the research object, while the data analysis uses analysis of respondent characteristics, analysis of frequency distribution, analysis of validity and reliability with the help of the SPSS 26 program. The results of this study indicate that: 1) Brand Image has a positive and significant effect on purchasing decisions. 2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. 3) Promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions.

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