

**PERAN CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRINTER EPSON
DI RAJA INK YOGYAKARTA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan karakteristik sudah melakukan pembelian printer Epson di Raja Ink Yogyakarta. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi), analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F dengan bantuan SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Tingkat signifikan dari citra merek sebesar $0,028 < 0,05$. Tingkat signifikan dari kualitas produk sebesar $0,005 < 0,05$ dan tingkat signifikan dari promosi sebesar $0,000 < 0,05$. Citra merek, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya persentase pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,630 atau 63%. Artinya citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 63%, sedangkan sisanya sebesar 37% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta uji t sebesar 0,343 ditunjukkan pada variabel promosi. Hal ini membuktikan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah variabel promosi.

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

THE ROLE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND PROMOTION OF EPSON PRINTER PURCHASING DECISIONS AT RAJA INK YOGYAKARTA

Abstract

This study aims to determine the role of brand image, product quality, and promotion of Epson printer purchasing decisions at Raja Ink Yogyakarta. The research methodology used is a qualitative and quantitative approach. The sample used was 100 respondents with the characteristics of having purchased an Epson printer at Raja Ink Yogyakarta. Data analysis used in this study is multiple linear regression test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test, autocorrelation test), multiple linear regression analysis, multiple correlation coefficient, coefficient of determination (R^2), t test, F test with the help of SPSS version 23.0.

The results of the research conducted show that brand image, product quality and promotion have positive and significant influence on purchasing decisions. The significant level of brand image is $0.028 < 0.05$. The significant level of product quality is $0.005 < 0.05$ and the significant level of promotion is $0.000 < 0.05$. Brand image, product quality and promotion together have a positive and significant effect on purchasing decisions. From the determination test it is known that the large percentage of the influence of brand image, product quality and price on purchasing decisions is 0.630 or 63%. This means that brand image, product quality, and promotion of purchasing decisions by 63%, while the remaining 37% is influenced by other variables outside this study. It can be seen that the Beta test coefficient t value of 0.343 is indicated on the promotion variable. This proves that the most influential or dominant is the promotion variable.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision*

