

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variable *Brand Image* dan *Personal Selling* dalam meyakinkan konsumen terhadap keputusan pembelian perhiasan Bvlgari. Data yang diperoleh adalah data primer, yaitu diperoleh dari responden dengan teknik pengambilan sampel *accidental/convenience sampling*.

Model analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda, yaitu untuk mengetahui variable bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian perhiasan Bvlgari. Pembuktian Hipotesis menggunakan Uji Statistik secara simultan (Uji F).

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variable *Brand Image* dan *Personal Selling* dalam meyakinkan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian perhiasan Bvlgari.

Kata Kunci :

Brand Image

Personal Selling

Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aimed to determine the influence of variables of Brand Image and Personal Selling of Purchase Decision jewelry named Bvlgari. The data obtained were that primary data obtained from respondents by technique accidental/convenience sampling.

The analysis model used in this study is the Multiple Linear Regression to determine independent variables that influence purchase decisions Bvlgari jewelry. Proof hypothesis using test statistics simultaneously (Test F).

Based on the analysis showed that the variables of Brand Image and Personal Selling have a very significant influence on purchase decisions of Bvlgari jewelry.

Keywords :

Brand Image

Personal Selling

Purchase Decision