

ABSTRACT

This research aims to find out and analyse brand image, product quality, and promotion that affect buying decision and its implication towards Balai Pustaka product customer satisfaction. The research data is primary data from questionnaire and secondary data from company data. Writer uses nonprobability method for sampling method. Population comes from Balai Pustaka book customers in Indonesia. Analysis method of this research is Structural Equation Modelling (SEM). Research result shows that brand image, product quality, and promotion are positively influential towards customer satisfactory. Brand image is a variable that strongly affects buying decision.

Keywords: brand image, product quality, promotion, buying decision, customer satisfaction



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis citra merek, kualitas produk, dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan implikasinya terhadap kepuasan pelanggan produk Balai Pustaka. Data penelitian yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner dan data sekunder yang berasal dari data perusahaan. Metode sampling yang digunakan adalah metode nonprobabilitas. Populasi berasal dari pelanggan produk buku terbitan Balai Pustaka di Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek merupakan variabel yang sangat kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian, kepuasan pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA