

EFFECT OF BRAND IMAGE AND PROMOTION OF DECISIONS AND RESULTS ON CUSTOMERS ON AQUA BOTTLED WATER

Halida Nurrahmah¹⁾ ; Prof.Dr. Arifin sitio²⁾

Abstract

This study aims to know and explain the Influence of Brand Image And Promotion on Purchasing Decisions And Their Implications For Customer Satisfaction In Aqua Bottled Water. Data collection method is by distributing questionnaires to Responden that is 130 employees using Random *sampling techniques*). Data processing to analyze in this study using sem technique, Lisrel 8.80. The results of the research meshowedthat: (1 Brand Image has a significant effect on customer satisfaction in AQUA products (2) Promotion has no significant effect on customer satisfaction on AQUA products (3) Brand image has a significant influence on purchasing decisions on AQUA products (4) Promotion has no significant effect on purchasing decisions on AQUA products (5) Purchasing Decisions have a significant effect on Customer Satisfaction on AQUA products

Keywords: Brand *Image*, *Promotion*, Purchasing Decision and Customer Satisfaction



PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA

Halida Nurrahmah¹⁾ ; Prof.Dr. Arifin sitio²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Air Minum Dalam Kemasan Aqua. Metode pengumpulan data yaitu dengan distribusi kuesioner ke Responden yaitu 130 karyawan menggunakan *Random sampling techniques*). Pengolahan data untuk menganalisa dalam penelitian ini menggunakan teknik SEM, Lisrel 8.80. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk AQUA (2) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk AQUA (3) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA (4) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA (5) Keputusan Pembelian berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk AQUA

Kata Kunci : *Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan*

