

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Tomkins di Jakarta Timur. Populasi dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui. Oleh karena itu, maka Sampel yang dapat dipergunakan adalah sebanyak 100 Responden dengan metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan karakteristik responden: Yang pernah membeli, yang mengetahui, dan pengguna sepatu Tomkins. Karena Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden, maka Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk analisis regresi linear berganda. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Penelitian ini diukur dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solution* versi 26 (SPSS 26). Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa uji linieritas antara variabel Keputusan Pembelian dan Citra Merek memiliki nilai signifikansi $0.094 > 0,05$, uji linieritas antara variabel Keputusan Pembelian dan Promosi memiliki nilai signifikansi $0.826 > 0,05$, dan uji linieritas antara variabel Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi $0.481 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linieritas antara variabel independen pada penelitian ini (Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk) terhadap variabel dependennya (Keputusan Pembelian). Hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari 3 variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Tomkins di Jakarta Timur.

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

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of brand image, promotion and product quality on purchasing decisions of Tomkins shoes in East Jakarta. The population in this study is unknown. Therefore, the sample that can be used is 100 respondents with the sampling method using purposive sampling with the characteristics of the respondents: those who have bought, who know, and users of Tomkins shoes. Because this research was conducted on 100 respondents, the researcher used a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression analysis. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. This research was measured by using Statistical Product and Service Solution version 26 (SPSS 26). The results of this study indicate that the linearity test between the Purchasing Decision and Brand Image variables has a significance value of $0.094 > 0.05$, the linearity test between the Purchasing and Promotional Decision variables has a significance value of $0.826 > 0.05$, and the linearity test between the Purchasing Decision and Product Quality variables. has a significance value of $0.481 > 0.05$. So it can be concluded that there is a linear relationship between the independent variables in this study (Brand Image, Promotion, Product Quality) to the dependent variable (Purchase Decision). This is evidenced by the results of the simultaneous test (F test) and the results of the partial test (t test) which also show significant values of the 3 independent variables that support the hypothesis. Therefore, the test results from this study state that there is a simultaneous influence between the variables of brand image, promotion and product quality on the purchasing decision of Tomkins shoes in East Jakarta.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Product Quality, and Purchase Decision.*