

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh efektivitas iklan, kualitas produk dan *brand image* terhadap keputusan pembelian Susu Ultra Milk (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang). Jenis atau metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sampel penelitian ini merupakan Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang jurusan Manajemen Tingkat 4 Kelas A. Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 responden. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efektivitas iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel kualitas produk dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Efektivitas Iklan, Kualitas Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of advertising effectiveness, product quality and brand image on purchasing decisions of Ultra Milk (Case Study on Students's STIE Widya Gama Lumajang). The type or method used in this research is quantitative. The data used are primary and secondary data. The sample of this research is STIE Widya Gama Lumajang students majoring in Management Level 4 Class A. In determining the sample using non-probability sampling, namely purposive sampling with the number of respondents as many as 60 respondents. Data were obtained by distributing questionnaires which were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the advertising effectiveness variable has no significant effect on purchasing decisions, while the product quality and variables brand image have a significant effect on purchasing decisions.

Keyword: Advertising Effectiveness, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions.

