

ABSTRAK

Deterjen *so klin* merupakan produk dari PT. Lion Wings yang dalam penjualannya di Kabupaten Lumajang dilakukan oleh PT. Tekad Karya Putera. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk *so klin* (studi kasus di Kecamatan Klakah Lumajang). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 80 konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen deterjen *so klin* di Kecamatan Klakah Lumajang dan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik simple random sampling. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t diperoleh hasil sebagai berikut: 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk *So klin*. 2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk *So klin*. 3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian deterjen bubuk *So klin*.

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



ABSTRACT

So klin detergent is a product of PT. Lion Wings, which in its sale in Lumajang Regency is carried out by PT. The Determination of the Prince's Work. This research aims to determine the influence of product quality, brand image, and promotion on the purchase decision of so klin powder detergent (case study in Klakah Lumajang District). The research method used in this study is quantitative. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 80 consumer respondents. The population in this study is consumers of socline detergent in Klakah Lumajang District and the sampling technique used in this study is a simple random sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple regression analysis techniques. After conducting partial testing or t-test, the following results were obtained: 1) product quality has a positive and significant effect on the decision to purchase So klin powder detergent. 2) brand image has a positive and significant effect on the decision to purchase So klin powder detergent. 3) promotion has a positive and significant effect on the purchase decision of So klin powder detergent.

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

