

## ABSTRAK

### **Sumanti, 71180312039, Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms. Glow di Kota Medan**

Keputusan pembelian merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif yang membentuk preferensi atas merek-merek. Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah kurangnya kegiatan promosi yang diberikan oleh produsen yang menjadi dasar keputusan pembelian oleh konsumen, persaingan produk kecantikan semakin gencar karena banyaknya merek yang beredar. Penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup promosi dan citra merek serta keputusan pembelian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk MS. Glow di Kota Medan, bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ma produk MS. Glow di Kota Medan, bagaimana pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS. Glow di Kota Medan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk MS. Glow di Kota Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS. Glow di Kota Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk MS. Glow di Kota Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menggunakan *skincare* merek Ms. Glow. Sampel sebanyak 40 responden karena selama penelitian hanya mendapatkan 40 responden selama 10 hari dengan memberikan kuesioner sebanyak 4 orang per hari selama 10 hari. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan asosiatif dengan jenis data kuantitatif. Metode pengujian menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian sehingga dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian. Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian, karena menurut hasil uji statistik terdapat pengaruh positif variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian. Dengan demikian secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Promosi dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

**Sumanti, 71180312039, *Effect of Promotion and Brand Image on Product Purchase Decisions Ms. Glow in Medan City***

*Purchase decision is the selection of an action from two or more alternative choices that form a preference for brands. Identification of the problem in this study is the lack of promotional activities provided by manufacturers which are the basis for purchasing decisions by consumers, competition for beauty products is getting more intense because of the many brands in circulation. This research is limited to the scope of promotion and brand image as well as purchasing decisions. The formulation of the problem in this study is how the effect of promotion on purchasing decisions of MS products. Glow in Medan City, how is the influence of brand image on purchasing decisions for MS products. Glow in Medan City, how the influence of promotion and brand image on purchasing decisions of MS products. Glow in Medan City. The purpose of this study was to determine the effect of promotion on purchasing decisions for MS products. Glow in Medan City, to determine and analyze the influence of brand image on purchasing decisions for MS products. Glow in Medan City, to determine and analyze the effect of promotion and brand image on purchasing decisions for MS products. Glow in Medan City. The population in this study were all people who used Ms. glow. The sample was 40 respondents because during the study only 40 respondents got for 10 days by giving questionnaires as many as 4 people per day for 10 days. This research approach is an associative approach with quantitative data types. The test method uses multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of testing and analysis shows that there is a significant influence between promotions on purchasing decisions, thus partially there is a significant influence between promotions on purchasing decisions. There is a significant influence between brand image on purchasing decisions, because according to the results of statistical tests there is a positive effect of brand image variables on purchasing decision variables. Thus partially there is a significant influence between brand image on purchasing decisions. Promotion and brand image simultaneously have an influence on purchasing decisions.*

**Keywords: *Promotion, Brand Image, Purchase Decision***