

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. JTB INDONESIA

Abstrak

Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi lebih unggul, untuk tetap bertahan di dunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Seperti halnya dengan perkembangan Travel JTB Indonesia yang tidak terlepas dari upaya yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk dapat memaksimalkan serta memberikan kepuasan bagi konsumennya. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia yaitu citra merek, promosi dan kualitas pelayanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh citra merek, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli produk yang disediakan oleh PT. JTB Indonesia. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 konsumen yang telah melakukan pembelian lebih dari sekali di PT. JTB Indonesia, diambil dengan metode *cochran* dan teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. JTB Indonesia.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR