

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada Konsumen My Sorella Boutique Semarang)**

Meliana Niki Ary Pratami  
17.05.51.0021

**ABSTRAK**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen My Sorella Boutique Semarang.. Peneliti mengambil 100 responden sebagai sample penelitian dengan menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Data yang digunakan berupa data primer dengan instrumen penelitiannya yaitu kuesioner. Penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan citra merek tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, serta promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, Promosi dan Keputusan Pembelian.**

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, BRAND  
IMAGE AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS***

***(Study on My Sorella Boutique Semarang Consumers)***

Meliana Niki Ary Pratami

17.05.51.0021

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to analyze the effect of Product Quality, Price Perception, Brand Image and Promotion on Purchase Decisions on My Sorella Boutique Semarang consumers. Researchers took 100 respondents as research samples using a purposive sampling technique. The data used in the form of primary data with the research instrument is a questionnaire. This research was processed using SPSS version 22. The results showed that: product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price perceptions have a positive and significant influence on purchasing decisions, while brand image has no influence on purchasing decisions, and promotion has no effect on purchasing decisions.*

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