

# **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN STRATEGI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. MENARA MAS MEGA MANDIRI**

**Vinsen<sup>1</sup>, Kristy Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M.**  
**Program Studi Management**  
**Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**  
Corresponden Author : Kristi Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M  
kristiendahndilosaginting@unprimdn.ac.id

## **Abstrak**

PT. Menara Mas Mega Mandiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam pemasaran ban Michelin dan beralamatkan di jalan Jati, Medan. Untuk saat ini, perusahaan mengalami permasalahan penurunan pada jumlah konsumen yang melakukan pembelian dimana setiap tahunnya terus mengalami penurunan. Hal tersebut dikarenakan produk yang ditawarkan oleh perusahaan masih kurang memiliki citra yang bagus dalam menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian produk. Selain itu kualitas produk dari perusahaan masih diragukan sehingga membuat konsumen tidak tertarik untuk melakukan pembelian dan mencari perusahaan dengan kualitas produk yang lebih terjamin. Adapun strategi yang digunakan perusahaan dalam menarik perhatian konsumen masih kurang baik sehingga kurang dapat meningkatkan penjualannya dan menambah jumlah konsumen yang melakukan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Strategi Penjualan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. Menara Mas Mega Mandiri.

*Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Strategi Penjualan, Keputusan Pembelian*

