

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA PT. BELANJA ROYAL MAKMUR

Vandriano¹ Vincentius Iljas² Sutinah³ Fransseda Wijaya Putra⁴ Kristi Endah Ndilosa

Ginting, S.E., M.M.⁵ Mella Yunita, S.E., M.Si.⁶

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4,5}

Program Studi Manajemen, Universitas Tjut Nyak Dhien⁶

Corresponding Author:

Kristi Endah Ndilosa Ginting, S.E., M.M.

Email: kristiendahndilosaginting@unprimdn.ac.id

Abstrak

PT. Belanja Royal Makmur merupakan sebuah perusahaan swasta yang berlokasi di jalan Apel No. 88 X, Komplek Cemara Asri Medan dan bergerak dalam bidang penjualan *handphone* sebagai distributor dari merek *handphone* terkenal Xiaomi. Fenomena yang terjadi saat ini dimana Keputusan pembelian konsumen pada produk Xiaomi di perusahaan terus mengalami penurunan dari tahun ke tahunnya dimana hal tersebut memberikan dampak yang tidak baik bagi perkembangan perusahaan. Populasi yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah: seluruh toko yang melakukan pembelian pada perusahaan sebanyak 197 toko. Oleh sebab seluruh jumlah populasi berjumlah 197 toko yang akan digunakan sebagai sampel, maka teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah rumus Slovin. Untuk teknik sampling yang digunakan yaitu *accidental sampling* dimana responden akan dipilih secara acak menjadi sampel. Hasil penelitian mendapatkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian. Secara serempak Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan, Keputusan Pembelian