

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pembelian Seragam Gi Jujitsu (Studi Kasus: Bascamp Blitar Fighting Club Desa Slemanan, Kecamatan Udanawu, Kabupaten Blitar)” ini ditulis oleh Sofi Ashari, NIM.12405193252, pembimbing Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan konsumen dalam pembelian yang menjadi prioritas utama dalam penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin tajam diantara penjual satu sama lain. Hal utama agar penjual dapat bertahan, bersaing dan menarik perhatian konsumen, maka kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi harus diperbaiki dan ditingkatkan. Penjual harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen, agar konsumen merasa puas dan tidak beralih kepada penjual lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dengan menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, citra merek, dan promosi terhadap keputusan konsumen pada pembelian seragam gi jujitsu.

Penelitian dilakukan di Bascamp Blitar Fighting Club Desa Slemanan Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar, dengan menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuisisioner, dengan memberikan seperangkat responden untuk dijawab.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk, persepsi harga, citra merek, dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen pada pembelian seragam gi jujitsu di Blitar Fighting Club. Hal tersebut tidak terlepas dari indikator-indikator dari semua variabel.

Peningkatan kualitas produk, persepsi harga, citra merek, dan promosi yang mampu memberikan kepuasan konsumen dalam keputusan untuk membeli, penelitian menunjukkan bahwa hal ini berpengaruh positif namun peneliti memberi masukan agar lebih menyesuaikan dengan harapan konsumen, karena konsumen akan selalu lebih selektif memilih penjual yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Product Quality, Price Perception, Brand Image and Promotion on Consumer Decisions on the Purchase of Gi Jujitsu Uniforms (Case Study: Bascamp Blitar Fighting Club Slemanan Village, Udanawu District, Blitar Regency)" was written by Sofi Ashari, NIM.12405193252, supervisor of Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

This research is motivated by consumer decisions in purchasing which is the top priority in this study because of the increasingly sharp level of competition between sellers with each other. The main thing in order for sellers to survive, compete and attract the attention of consumers, then product quality, price perception, brand image and promotion must be improved and improved. Sellers must pay attention to things that are considered important by consumers, so that consumers feel satisfied and do not switch to other sellers.

This study aims to determine by examining the influence of product quality, price perception, brand image, and promotion on consumer decisions on purchasing gi jujitsu uniforms.

The research was conducted at Blitar Fighting Club using quantitative research methodology with questionnaire data collection techniques, by providing a set of respondents to answer. The research location is in Slemanan Village, Udanawu District, Blitar Regency, especially Bascamp Blitar Fighting Club. Based on the results of the study, it is known that product quality, price perception, brand image, and promotion have a positive and significant effect on consumer decisions on purchasing gi jujitsu uniforms at Blitar Fighting Club. This is inseparable from indicators of all variables.

Improving product quality, price perception, brand image, and promotion that can provide consumer satisfaction in the decision to buy, research shows that this has a positive effect but researchers provide input to better adjust to consumer expectations, because consumers will always be more selective in choosing sellers who are more suitable for their needs.

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