

Farah Fauziah, 14311074, **Pengaruh Sales Promotion, Brand Image, Dan Instore Display Terhadap Keputusan Pembelian pada Hypermarket Giant Gresik** (Studi pada Konsumen *Hypermarket Giant* Gresik), Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Januari, 2019.

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi Penjualan, Citra Merek dan Penataan Toko terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Hypermarket Giant* Gresik. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen *Hypermarket Giant* Gresik dengan jumlah sampel 96 responden menggunakan teknik Non-Probability Sampling dengan pendekatan Incidental Sampling. Berdasarkan hasil penelitian menemukan persamaan regresi sebagai berikut  $Y = - 1.907 + 0.488X1 + 0.474X2 + 0.567X3 + e$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator dalam penelitian ini valid dan dapat diandalkan. Variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah variabel pemataan toko dengan koefisien regresi sebesar 0.567. Pengujian hipotesis menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa tiga variabel independen, yaitu Promosi Penjualan (X1), Citra Merek (X2), Penataan Toko (X3), telah terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, yaitu keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : *Sales Promotion, Brand Image, Instore Display* dan Keputusan Pembelian.

Farah Fauziah, 14311074, *The Effect Of Sales Promotion, Band Image And Instore Display To Buyer's Decision on Hypermarket Giant Gresik* (Consumer research on hypermarket Giant Gresik) Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Gresik, January, 2019.

### **ABSTRACT**

This study aims to determine how much the Influence of Sales Promotion, Brand Image and Instore Display towards Consumer Purchasing Decisions on *Hypermarket Giant Gresik*. The population used in this study were *Hypermarket Giant Gresik* consumers with a total sample of 96 respondents using Non-Probability Sampling technique with a Incidental Sampling approach. Based on the results of the study found the regression equation as follows  $Y = - 1.907 + 0.488X_1 + 0.474X_2 + 0.567X_3 + e$ . Based on statistical data analysis, the indicators in this study are valid and reliable. The variable that has the greatest influence is the Instore Display variable with a regression coefficient of 0.567. Hypothesis testing uses t test which shows that the three independent variables, namely Sales Promotion (X1), Brand Image (X2), Instore Display (X3), have proven to significantly influence the dependent variable, namely purchasing decision (Y).

*Keywords: Sales Promotion,*