

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. HARTONO GRUP INDONESIA

Oleh:

Syabilla Res Kianing Pasha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian di PT. Hartono Grup Indonesia pada Perumahan Pesona Hanjuang III. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif bersifat kausalitas. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh adalah seluruh konsumen PT. Hartono Grup Indonesia pada Perumahan Pesona Hanjuang III. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik teknik pengambilan sampel jenuh maka diperoleh 60 responden. metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian di PT. Hartono Grup Indonesia pada Perumahan Pesona Hanjuang III

Kata Kunci: Promosi, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian

Pr. Aca
02/2023
/4