

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, *SALES*
PROMOTION DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GULA HALUS MEME**

**THE, LEONTINO STEVIE HARTONO
20.D1.0101**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2024

LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, *SALES*
PROMOTION DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GULA HALUS MEME**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata Semarang

THE, LEONTINO STEVIE HARTONO

20.D1.0101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

2024

ABSTRAK

Permasalahan dari Gula Halus MeMe saat ini adalah Gula Halus Meme juga mengalami fluktuasi dalam penjualan serta Gula Halus MeMe disambut dengan baik oleh masyarakat. Gula Halus MeMe masih baru di pasaran, kurang lebih 2 tahun dan peneliti ingin mengetahui apakah kualitas produk, citra merek, *sales promotion* dan *word of mouth* yang telah dibangun oleh CV. Pangan Abadi Sejahtera telah berjalan dengan baik. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, *sales promotion* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Gula Halus Meme.

Teknik analisis yang akan digunakan adalah metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Gula Halus MeMe di area Semarang dan sekitarnya yang berjumlah 158. Sedangkan penentuan sampel dilakukan dengan *convenience sampling* yaitu dengan jumlah sampel responden dengan model penjualan B2B yang berjumlah 133 konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk, citra merek, *sales promotion* dan *word of mouth* secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gula Halus Meme.

Kata Kunci : kualitas produk, citra merek, *sales promotion*, *word of mouth*, keputusan pembelian