

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Bloods Bandung baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 97 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Desain Produk, Citra Merek dan keputusan pembelian pada distro Bloods Bandung sudah cukup baik. Secara parsial Desain Produk lebih besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 38,9%, sedangkan Citra Merek lebih kecil pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 18,9 %.

Kata kunci : Desain Produk dan Citra Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Marketing management is the art and science of choosing target markets and seize, retain, and grow customers by creating, delivering and communicating superior customer value.

This study aims to determine how much influence the product design and Brand Image to consumer purchase decision on distro Bloods Bandung either simultaneously or partially. The method used is descriptive and verification with a sample 97 respondents. Data collection techniques used were observation , interviews and distributing questionnaires. Data analysis method used is multiple linier regression, multiple correlation, hypotesis testing and coeficient of determination.

The result showed that the prduct design, Brand Image and consumer purchase decision on distro Bloods Bandung can be quite good. Partially prduct design greater influence to consumer purchase decision amounting to 38,9%, while the Brand Image of a small influence to consumer purchase decisiopn is equal to 18,9%.

Keywords : Product Design, Brand Image and Consumer Purchase Decision