

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada PT. Indosat Ooredoo cabang Jombang)
Jl. Dr. Soetomo, No 11, Jombang

ABTRAK

**Oleh :
Johanna Merinna Samsul**

**Dosen Pembimbing :
Erminati Pancaningrum. ST., MSM**

Citra merek dan keputusan pembelian memiliki hubungan erat karena nilai dari keputusan pembelian tergantung pada citra merek perusahaan, yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan. Saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari perusahaan kepada outlet, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Oleh sebab itu citra merek dan saluran distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan, 1) Untuk mengetahui pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, kuisisioner dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (X_1) citra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y), dan (X_2) saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci : Citra Merek, Saluran Distribusi, dan Keputusan Pembelian.