

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Keragaman Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian Pelanggan Sepatu Merek Vans Pada Masyarakat Kota Padang. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. dengan mengedarkan kuesioner sebanyak 73 responden.

Hasil diperoleh bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $7.694 > 1,994$ ) atau tingkat signifikan lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ), Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $2.747 > 1,994$ ) atau tingkat signifikan lebih kecil dari alpha ( $0,008 < 0,05$ ), Citra Merek pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $5.471 > 1,994$ ) atau tingkat signifikan lebih kecil dari alpha ( $0,000 < 0,05$ ), Uji F terdapat nilai F dengan F karena nilai F lebih besar dari nilai F ( $60.314 > 2,74$ ) dengan tingkat signifikan  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ . yang berarti hal ini dilakukan secara bersama-sama Promosi, Keragaman Produk dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sumbangan variabel Promosi, Keragaman Produk dan Citra Merek sebesar  $0,712$  atau  $71,2\%$ .

Akhirnya penulis menyarankan kepada toko sepatu Merek Vans untuk lebih meningkatkan Promosi, Keragaman Produk dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : Promosi, Keragaman Produk , Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

### **ABSTRACT**

*This study aims to find out the influence of promotion, product diversity, brand image to the purchasing decisions the store sepatu Merek Vans. The method used is multiple linear regression analysis. by distributing questionnaires as many as 73 respondents.*

*Hasil diperoleh bahwa Leadership Style that there is a positive and significant purchasing decisions where the t-count is greater than the t-table (7.694>1,994) or the significant level is smaller than alpha (0,000< 0,05), motivasi kerja that there is a positive and significant terhadap purchasing decisions where the t-count is greater than the t-table (2.747>1,994) or the significant level is smaller than alpha (0,008<0,05), komitmen organisasi that there is a positive and significant purchasing decisions where the t-count is greater than the t-table (5.471>1,994) or the significant level is smaller than alpha (0,000< 0,05), Uji F terdapat nilai F dengan F karena nilai F lebih besar dari nilai F (60.314>2,74) with a significant level 0,000 smaller than 0,05. f test shows that the influence of promotion, product diversity, brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchasing decisions. sumbangan variabel promotion, product diversity, brand image and purchasing decisions t sebesar 0,712 or 71,2%.*

*Finally, the store sepatu Merek Vans to further improve the promotion, product diversity, brand image and purchasing decisions.*

**Keywords: Promotion, Product Diversity, Brand Image and Purchasing Decisions**