

## ABSTRAK

**Naily Yuniar Pratiwi, 1720210119, Pengaruh *Product Design, Promotion, dan Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Tas (Studi Kasus di m.a.w Souvenir Kudus).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product design, promotion, dan brand image* terhadap keputusan pembelian souvenir tas. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *Fielded Research* atau penelitian lapangan.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu kuesioner (angket), wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik samplingnya adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel 98 responden konsumen di m.a.w Souvenir Kudus yang merupakan pembeli di m.a.w Souvenir Kudus mulai dari kalangan mahasiswa, wiraswasta, PNS, pengusaha, Ibu Rumah Tangga. Instrument penelitian pada uji validitas, dan reliabilitas dengan melihat *corrected item correlation dan cronbrach's alpha*, uji asumsi klasik, dan uji regresi linier berganda yang meliputi uji koefisien determinasi ( $r^2$ ), uji f, dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, *product design* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis *product design* yang ternyata nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  ( $5,004 > 1,965$ ). Kedua, *promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis *promotion* yang nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $3,424 > 1,965$ ). Ketiga, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis *brand image* dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  ( $4,162 > 1,965$ ). Keempat, *product design, promotion, dan brand image* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung  $122,895 >$  dari F tabel  $2,700$  atau nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga baik H1, H2, H3, dan H4 diterima.

**Kata kunci:** *Product Design, Promotion, Brand Image, dan Keputusan Pembelian.*