

## ABSTRAK

**Donny Fatah (1178020066): “Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Brand Eiger* pada *Eiger Store Jatinangor* (Studi pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung)”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Eiger di kalangan mahasiswa Manajemen angkatan 2017 UIN Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan melalui *vitur google form*. Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Berganda, Uji-T, Uji-F, dan Analisis Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 26. Hasil uji t secara parsial Desain produk dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,209 > 2,011$ ). Nilai koefisien Desain produk yaitu positif sebesar 0,253. Dengan taraf signifikansinya  $0,032 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan Desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Promosi dengan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  ( $2,345 > 2,011$ ). Nilai koefisien Promosi yaitu positif sebesar 0,401. Dengan taraf signifikansinya  $0,023 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hasil uji F secara simultan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $20,709 > 3,09$  dengan taraf signifikansinya  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Desain Produk dan promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Nilai dari R square adalah 0,468 atau 46,8%. Itu berarti bahwa Keputusan pembelian sebesar 46,8% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Desain Produk dan promosi. Sedangkan sebesar 53,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Desain Produk, Promosi, Keputusan Pembelian**