

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN *PERSONAL BRANDING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PADA TOKO BANGUNAN MULUR GALLERY JOMBANG)**

ABSTRAK

Oleh :

Isna Khutwiyah

Dosen Pembimbing :

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan *personal branding* terhadap keputusan pembelian di toko bangunan Mulur Gallery Jombang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research*. Penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan sejumlah sampel dan data-data numerik. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Mulur Gallery yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 100 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu statistic SPSS statistic 20 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan *personal branding* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk dan *personal branding* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kelengkapan Produk, *Personal Branding*, Keputusan Pembelian

**INFLUENCE OF PRODUCT COMPLETENESS AND PERSONAL
BRANDING ON PURCHASE DECISIONS
(STUDY ON THE SHOP BUILDING MULUR GALLERY JOMBANG)**

ABSTRACT

By :

Isna Khutwiyah

Guiding Lecturer :

Dr. Indra Kurniawan, S. Sos, MM

This study aims to determine the effect of product completeness and personal branding on purchasing decisions at the Mulur Gallery Jombang building store. The approach used in this research is explanatory research. This research is intended to explain the position of the variables studied and the influence between one variable and another.

This study uses quantitative methods, namely methods that use a number of samples and numerical data. The population in this study are all consumers of Mulur Gallery whose number is not known with certainty. While the sample in this study amounted to 100 people who were taken using the Accidental Sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire. The method of data analysis in this study used multiple linear regression analysis with statistical tools SPSS statistic 20 for windows.

The results showed that the completeness of the product and personal branding had a significant effect on purchasing decisions. Thus it can be concluded that the completeness of the product and personal branding has an effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Completeness, Personal Branding, Purchase Decision