

ABSTRAK

CAHYA SISWONO, NIM. 3402200328. “Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Itur Asin Pangandaran)”. Dibawah bimbingan (Pembimbing I) Dr. Nana Darna, S.E., M.M. dan Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian (suatu studi pada konsumen Itur Asin Pangandaran). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh citra merek, promosi terhadap keputusan pembelian pada produk ikan asin Itur Asin Pangandaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, Pengaruh citra merek, promosi terhadap keputusan pembelian pada produk ikan asin Itur Asin Pangandaran. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa citra merek dan promosi berpengaruh positif dan simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian pada produk ikan asin Itur Asin Pangandaran. Dari hasil analisis koefisien korelasi sederhana tingkat hubungannya kuat. Artinya semakin baik citra merek dan promosi, maka semakin tinggi keputusan pembelian pada produk ikan asin Itur Asin Pangandaran Bagi peneliti selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian