

## ABSTRAK

LOUIS SAPUTRA WIJAYA. Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea “(Studi Kasus Konsumen Frestea Di Wilayah Kel. Duri Kepa, Jakarta Barat)” (di bimbing oleh Rojuaniah)

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui bagaimana Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Frestea “(Studi Kasus Konsumen Frestea Di Wilayah Kel. Duri Kepa, Jakarta Barat)”. Variabel yang di teliti adalah citra merek, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian dan keputusan pembelian. Adapula variabel independen (bebas) dalam penelitian ini yaitu citra merek, promosi, dan harga, dan variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah setiap konsumen frestea di wilayah kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 150 responden dengan metode *hair*. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Liner Berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, serta harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek, promosi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga lebih berpengaruh dominion terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci : Citra merek, Promosi dan Harga, Keputusan Pembelian**