

ABSTRAKSI

ASRI ZAMIL, Analisis Pengaruh Citra Merek, Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Biskuit Roma (Studi Kasus di Wilayah Cengkareng, Jakarta Barat). (dibimbing oleh RA. Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (X1), Iklan (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Biskuit Roma. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *Purposive Sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 115 responden. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan mengonsumsi biskuit Roma di daerah Cengkareng, Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F dan Uji Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara bersama – sama citra merek, iklan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Iklan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian