

ABSTRAKSI

Andra Sekar Putri, Nomor Induk Mahasiswa 152180048, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh Promosi terhadap *Brand Image* serta Implikasinya pada Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Chatime)”. Pembimbing I Humam Santosa Utomo dan Pembimbing II Ida Susi Dewanti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap *brand image* serta implikasinya pada keputusan pembelian (Studi pada konsumen Chatime). Tipe penelitian ini adalah eksplanatoris dengan metode kuantitatif. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 50 responden konsumen Chatime. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis inefrensial dengan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap *brand image*, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melalui *brand image*.

Berdasarkan hasil penelitian, Chatime diharapkan dapat melakukan kegiatan promosinya dengan lebih tepat waktu, memperkuat *brand*-nya dalam hal keunikan, dan meningkatkan strategi untuk meningkatkan pengalaman konsumen.

Kata kunci: Promosi, *Brand Image*, Keputusan Pembelian