

ABSTRAKSI

Flutdika Deffrianto Muhammad, Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap keputusan pembelian Konsumen Sari Roti (Survei Pada Masyarakat yang Membeli sari Roti di Swalayan Kota Yogyakarta).

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti. (2) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti. (3) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti. (4) Untuk menganalisis dan membahas pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen Sari Roti. Penelitian ini dilakukan di Indomaret Kota Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi berganda.

Hasil analisis data diketahui bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Sari Roti. Harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Sari Roti. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Sari Roti. Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Sari Roti.

Kata kunci : Keputusan pembelian, Citra merek, Harga, Kualitas produk, Promosi, Sari Roti.