

## ABSTRAK

Tiara Permata Sari Kustinah (1168020286) **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen pengguna sepatu Vans Blackshoes Store Kota Bandung).**

Keputusan pembelian sangat berperan penting dalam berjalannya suatu perusahaan atau pemasar, ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya yaitu Citra Merek, Harga dan Promosi. Citra merek disini mempunyai arti bahwa perusahaan atau pemasar baik dan unggul dibanding dengan pesaing lainnya dan dapat dilihat dari beberapa faktor produk, varian dan model mereka. Harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan keputusan pembelian dan keuntungan suatu perusahaan atau pemasar. Dan promosi yaitu sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa yang selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan dan keuntungan bagi perusahaan atau pemasar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan Penelitian ini adalah teknik *sampel insidental* yaitu Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna sepatu Vans Blackshoes Store Cibiru Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner dan data yang terkumpul kemudian diuji validitasnya dan realibilitasnya. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software *SPSS versi 25*.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian terbukti melalui pengujian secara simultan yang menghasilkan  $F_{hitung} 47,642 > 2,77$  yang merupakan  $F_{tabel}$ . Serta Citra Merek, Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai  $r$  square 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Citra Merek, Harga dan Promosi sebesar 71,8% sedangkan 28,2% lainnya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini karena keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti.

**Kata kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**