

SELLA FERNANDA OHOITIMUR 19542010007 : Analisis pengaruh *brand image* (citra merek), harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Alinea Kediri di bawah bimbingan ; **Erlin Widya Fatmawati, S.P., M.P.** dan **Nastiti Winahyu, S.E., M.Si.**

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* (citra merek), harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Alinea Kediri. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023 yang bertempat di Alinea Kediri Jalan Pattimura No.110 Kota Kediri.

Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*, sedangkan jumlah sampel yang digunakan untuk analisis adalah 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu *brand image* (citra merek), harga dan promosi.

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa variabel *brand image* (citra merek), harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Alinea Kediri. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis untuk manajemen Alinea Kediri untuk terus berupaya meningkatkan *brand image* (citra merek) yang baik serta promosi, kesesuaian harga dengan daya beli masyarakat dan *personal selling* di masa yang akan datang. Hal ini disebabkan karena meningkatkan *brand image* (citra merek) yang baik serta promosi, kesesuaian harga dengan daya beli masyarakat dan *personal selling* memiliki pengaruh yang berarti terhadap keputusan pembelian produk minuman kopi di Alinea Kediri.

SELLA FERNANDA OHOITIMUR 19542010007: Analysis of the influence of brand image, price and promotion on the purchase decision of coffee beverage products in Alinea Kediri under guidance ; **Erlin Widya Fatmawati, S.P., M.P.** and **Nastiti Winahyu, S.E., M.Si.**

SUMMARY

The purpose of this study is to determine the influence of brand image, price and promotion on the purchase decision of coffee beverage products in Alinea Kediri. The research was carried out from July 2023 to August 2023 at Alinea Kediri, Jalan Pattimura No.110, Kediri City.

The sampling technique used is non probability sampling, while the number of samples used for analysis is 100 people. The data analysis technique used to test the hypothesis is multiple linear regression. In this study there are three variables, namely brand image , price and promotion.

Based on the results of multiple linear regression analysis testing, it was found that the variables of brand image, price and promotion have a positive effect on the purchase decision of coffee beverage products in Alinea Kediri. This research provides practical recommendations for Alinea Kediri management to continue to strive to improve a good brand image as well as promotion, price suitability with people's purchasing power and personal selling in the future. This is because increasing good brand image and promotion, price suitability with people's purchasing power and personal selling have a significant influence on the purchase decision of coffee beverage products in Alinea Kediri.