**Judul Penelitian : Pengaruh *Price Discount, Bundling, Brand***

***Collaboration* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Bandar Kediri.**

Dosen Pembimbing 1 : Diana Ambarwati S.Pd., MM.

Dosen Pembimbing 2 : Angga Permana Mahaputra SE, MM.

Nama Mahasiswa : Sekar Arum Oktaviani

NPM : 20130210075

**ABSTRAKSI**

Peningkatan konsumsi masyarakat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Indutri kuliner hadir menjadi solusi untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Industri kuliner semakin berkembang pesat menimbulkan persaingan bisnis yang ketat. Es Teh Indonesia Bandar Kediri merupakan salah satu perusahaan kuliner di Kediri yang melakukan upaya menghadapi persaingan bisnis menggunakan strategi promosi yaitu *price discount, bundling product, brand collaboration* untuk menarik minat pembeli, meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasinya adalah konsumen Es Teh Indonesia Bandar Kediri jumlah sampel 385 responden. Metode penelitian non-probability sampling, teknik accidental sampling, teknik pengumpulan sampel kuisioner.Teknik analisis uji validitas, uji realibilitas, uji asusmsi klasik, uji regeresi linier berganda, uji t, uji f, uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa *price discount* berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian, *bundling product* tidak berpengaruh secara signifikan, *brand collaboration* berpengaruh secara signifikan. Ketiga variabel berpengaruh secara signfikan pada keputusan pembelian.

**Kata Kunci : *Price Discount, Bundling Product, Brand Collaboration, Co – Branding,* Keputusan Pembelian.**