

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, persepsi harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk di PT. Aseli Dagadu Djokdja. Subyek penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Gerai Statis Dagadu Djokdja, yang meliputi Posyandu, Soboharsono, dan Yogyatourium. Obyek dalam penelitian ini adalah semua produk yang dijual oleh PT. Aseli Dagadu Djokdja. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, sebagai teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Data diolah dengan regresi linier berganda menggunakan *software SPSS IBM statistics 21*.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, persepsi harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, price perceptions, and promotion of consumer purchasing decisions on products of PT. Aseli Dagadu Djokdja. The subjects in this study were consumers who had shopped at Static Booth Dagadu Djokdja, which include Posyandu, Soboharsono, and Yogyatourium. The objects in this study are all products sold by PT. Aseli Dagadu Djokdja. The number of samples used in this study is 100 respondents. Sampling method used in this study is purposive sampling, as sampling technique and data collection techniques using questionnaires. The data were processed by multiple linear regression using SPSS IBM statistics 21 software..*

*The results of the analysis shows that brand image, product quality, price perception, and promotion together have a positive and significant effect on purchasing decisions. Brand image also have a significant positive effect on purchasing decision, product quality also significant positive effect to purchasing decision, price perception have significant positive effect to purchasing decision and promotion have significant positive effect to purchasing decision.*

***Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, Promotion, Purchasing Decision***