

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro. Objek penelitian ini adalah orang yang pernah membeli Teh Botol Sosro. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 154 responden yang diambil dengan teknik *convenience sampling* dan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu, Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dengan *software Output* pengolahan dengan *SPSS 23, 2020* dan Data primer diolah menggunakan *Smart-PLS, 2020*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara citra merek, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study is to determine the effect of brand image, price, and promotion on purchasing decisions of Teh Botol Sosro. The object of this research is the person who has bought Teh Botol Sosro. The sample of this study was 154 respondents who were taken by convenience sampling technique and this study used a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis with Output processing software with SPSS 23, 2020 and primary data is processed using Smart-PLS, 2020. The results of this study indicate that brand image, price, and promotion have a significant effect on purchasing decisions of Teh Botol Sosro.

Keyword : *Brand Image, Price, Promotion, Purchase Decision.*

