

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Lokasi, Persepsi Harga dan Mutu Layanan terhadap Citra Merek dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus di Alfamart wilayah Kabupaten dan Kota Tangerang), dimana Promosi, Lokasi, Persepsi Harga dan Mutu Layanan sebagai variabel Independen, Citra Merek sebagai variabel intervening dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan metode hubungan kausal, dimana kuesioner disebar kepada pelanggan Alfamart di wilayah Kabupaten dan Kota Tangerang. Sampel yang digunakan jenis *non probability sampling*. Dari hasil penelitian didapatkan variabel Mutu Layanan berpengaruh terhadap Citra Merek dan Mutu Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variabel Promosi, Lokasi dan Persepsi Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Merek dan tidak berpengaruh secara signifikan juga terhadap Keputusan Pembelian. Sehubungan dengan hal tersebut, disarankan PT. Sumber Alfaria Trijaya sebagai pengelola Alfamart untuk lebih fokus terhadap variabel Mutu Layanan untuk meningkatkan Citra Merek dan Keputusan Pembelian yang lebih baik.

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Mutu Layanan, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.



## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of Promotions, Location, Price Perception and Service Quality to Brand Image and the Implication to Purchase Decisions (case study at Alfamart Kabupaten and Kota Tangerang, Where Promotion, Location, Service Quality as the independent variable, Brand Image as the intervening variable and Purchase Decision as the dependent variable. This study using causal relationship methods, where questionnaires were distributed to the Alfamart's consumers at Kabupaten and Kota Tangerang. The type of sample is non probability sampling. The result shows that the Service Quality variable is significantly affect to the Brand Image variable and also significantly affect to the Purchase Decision variable. Therefore, the company should more focus to the Service Quality variable to get better Brand Image and Purchase Decisions.*

*Keywords : Promotions, Location, Service Quality, Price Perception, Brand Image, Purchase Decision.*

