

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, promosi, dan citra merek terhadap keputusan pembelian makanan beku (*Frozen Food*) secara online Pada konsumen Nuy *Frozen*, Jakarta. Objek penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli makanan beku (*Frozen Food*) pada Nuy *Frozen*, Jakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 85 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penentuan ukuran sampel menggunakan teknik sampel jenuh yaitu mengambil keseluruhan populasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian ini menunjuk bahwa Motivasi Konsumen, Promosi, dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saran untuk perusahaan yaitu meningkatkan penjualannya dengan *online* tidak hanya penjualan *offline* saja, dengan mengaktifkan sosial media yang ada.

Kata Kunci: *Motivasi Konsumen, Promosi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study is to analyze the influence of consumer motivation, promotion, and brand image on the decision to purchase Frozen Food online at Nuy Frozen consumers, Jakarta. The object of this research is all consumers who buy Frozen Food at Nuy Frozen, Jakarta. This research was conducted on 85 respondents using a quantitative descriptive approach. determine the sample size using the saturated sample technique taking the entire sample. The approach used in this research is Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool. The results of this research indicate that consumer motivation, promotion and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions. Suggestions for companies are to increase their sales online, not just offline sales, by activating existing social media.

Keywords: Consumer Motivation, Promotion, Brand Image and Purchase Decision

