

**PENGARUH CITRA MEREK HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN COCA-COLA  
DI KOTA SINGARAJA**

**Oleh**

**Roni Irawan, NIM 1517041084**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memeriksa dampak citra merek, biaya, dan kemajuan pada pilihan pembelian baik pada tingkat tertentu maupun pada waktu yang bersamaan. Konfigurasi eksplorasi yang digunakan adalah pemeriksaan kuantitatif kausal. Jaminan contoh dalam ulasan menggunakan strategi pemeriksaan purposive. Jumlah pemeriksaan yang digunakan adalah 100 survei dan metode pemeriksaan data menggunakan berbagai pemeriksaan relaps langsung. Konsekuensi dari penelitian ini adalah: (1) Gambaran merek, biaya, dan kemajuan secara bersamaan berpengaruh secara bermakna terhadap pilihan pembelian item minuman Coca-Cola di Kota Singaraja (2) Gambaran merek sedikit banyak mempengaruhi pilihan pembelian Coca-Cola item penyegar - Cola di Kota Singaraja (3) Biaya sedikit banyak mempengaruhi pilihan pembelian item minuman Coca-Cola di Kota Singaraja (4) Kemajuan sedikit banyak mempengaruhi pilihan pembelian item minuman Coca-Cola di Kota Singaraja.

Kata-kata Kunci : citra merek, harga, keputusan pembelian, promosi

***THE EFFECT OF PRICE AND PROMOTION BRAND IMAGE ON THE  
PURCHASE DECISION OF COCA-COLA BEVERAGE PRODUCTS IN  
SINGARAJA CITY***

***By***

***Roni Irawan, NIM 1517041084***

***Jurusan Manajemen***

***ABSTRACT***

*This research is intended to examine the impact of brand image, cost, and progress on purchase choices both at a certain level and at the same time. The exploration configuration used was a causal quantitative examination. Guaranteed examples in the review used a purposive checking strategy. The number of examinations used was 100 surveys and the data inspection method used various direct relapse examinations. The consequences of this study are: (1) Brand image, cost, and progress simultaneously significantly influenced the choice of purchasing Coca-Cola beverage items in Singaraja City (2) Brand image more or less affected the purchase choice of Coca-Cola refreshment items - Cola in Singaraja City (3) Costs more or less affected the choice of purchasing Coca-Cola drink items in Singaraja City (4) Progress more or less affected the choice of purchasing Coca-Cola drink items in Singaraja City.*

*Keywords: brand image, price, purchase decision, promotion*