

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN *SOCIAL MEDIA* *MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MORI-MORI

Abstrak

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dimana pengambilan keputusan pembelian akan menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan . Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap suatu produk adalah citra merek, persepsi harga, dan sosial media marketing.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk mori-mori. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban responden. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di kota Gianyar. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dengan Penyebaran kuesioner dilakukan dengan teknik *accidental sampling* dengan responden sebanyak 75 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan analisis linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mori-Mori, Tampaksiring. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mori-Mori, Tampaksiring. Sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Mori-Mori, Tampaksiring.

Kata kunci: citra merek, persepsi harga, *social media marketing*, keputusan pembelian

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MORI-MORI

Abstract

Purchasing decision is a concept in which purchasing decision making will be a consideration for consumers to make buying and selling transactions of goods or services. Purchasing decisions are an important thing to note because this will certainly be a consideration of how a marketing strategy will be carried out by the company. Purchase decisions made by consumers are inseparable from the factors that influence consumers to make purchases. One of the factors that can influence consumers in making decisions about a product is brand image, price perception, and social media marketing.

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price perception, and social media marketing on purchasing decisions for mori mori products. This research is quantitative by giving a score to each respondent's answer. The population of this research is people who live in the city of Gianyar. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling. The distribution of questionnaires was carried out using accidental sampling techniques with 75 respondents. The data analysis technique used is multiple linear analysis.

The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions for Mori-Mori products, Tampaksiring. Price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions for Mori-Mori products, Tampaksiring. Social media marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions for Mori-Mori products, Tampaksiring.

Keywords: *brand image, price perception, social media marketing, purchase decision*

UNMAS DENPASAR