

PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA G-FOOD DI DENPASAR

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan proses pengintegrasian antara sikap dan pengetahuan yang dilakukan oleh konsumen untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif pilihan dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh *brand image* dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian Pada G-Food di Denpasar. Penelitian dilakukan di Kota Denpasar, dengan objek penelitian persepsi brand image dan promosi terhadap keputusan pembelian Pada G-Food di Denpasar. populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna layanan grab food di Kota Denpasar yang jumlahnya tidak diketahui pasti dengan jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden yang diambil dari konsumen pengguna layanan grab food di Kota Denpasar. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada G-Food di Denpasar .dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada G-Food di Denpasar.

Kata kunci: *brand image*, promosi, dan keputusan pembelian

The logo of UNMAS DENPASAR, featuring a stylized yellow and green emblem above the text "UNMAS DENPASAR" in a bold, sans-serif font.