

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk dan promosi terhadap citra merek serta dampaknya terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk sepatu bata, dimana respondennya adalah masyarakat di kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Adapun metode pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, serta promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian