

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, produk, harga, dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian studi pada konsumen Bandeng Juwana Elrina. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu citra merek, produk, harga, dan promosi, variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden dipilih menggunakan pertimbangan yaitu pernah melakukan pembelian produk Bandeng Juwana Elrina. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan citra merek, produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : citra merek, produk, harga, promosi, keputusan pembelian