

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek serta dampaknya terhadap Keputusan pembelian pada produk Sari Roti. Pada saat ini produk roti sudah tidak menjadi makanan sampingan lagi dikalangan masyarakat. Perkembangan inovasi serta banyaknya persaingan yang ada dalam industri roti membuat produk roti ini semakin banyak diminati oleh semua kalangan. Dari kemudahan pembelian dan murah nya harga pembelian sampai banyaknya macam inovasi menjadi sorotan dari konsumen.

Penelitian ini dilakukan kepada masyarakat di Kota Semarang yang mengkonsumsi produk roti dari Sari Roti. Jumlah sampel sebanyak 110 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebar kuesioner dan metode pengampilan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS. Hasilnya menunjukkan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek, Daya Tarik Iklan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek, Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek. Kemudian, Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variable mempunyai pengaruh positif signifikan harga, daya tarik iklan, kualitas produk menunjukkan hasil yang positif terhadap cira merek serta citra merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga dan kualitas produk juga memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian