

**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. SELAMAT LESTARI
MANDIRI KABUPATEN SUKABUMI**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT INNOVATION, AND PRICE
ON PURCHASE DECISIONS AT PT. SELAMAT LESTARI MANDIRI
REGENCY SUKABUMI***

ABSTRACT

The purchase decisions are important things that will affect the achievement of company goals. Brand image, product innovation, and price are things that effect consumer purchasing decisions, so companies should pay attention to these things so that consumers are interested in making purchases so that company goals will be achieved. This study aims to effect brand image, product innovation, and price on purchasing decisions. The research method used is multiple linear regression analysis. The sampling technique in this study is non-probability sampling. The sample used is all consumers of PT. Selamat Lestari Mandiri Regency Sukabumi. The results showed that brand image, product innovation and price simultaneously and partially had a positive and significant effect on purchasing decisions at PT. Selamat Lestari Mandiri Regency Sukabumi.

Keywords: *Brand Image, Product Innovation, Price, Purchase Decision*

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang penting yang akan mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Citra merek, inovasi produk, dan harga merupakan hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka sudah sepantasnya perusahaan memperhatikan hal tersebut agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, inovasi produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *non probability sampling*. Sampel yang digunakan yaitu seluruh konsumen PT. Selamat Lestari Mandiri Kabupaten Sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial variabel citra merek, inovasi produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Selamat Lestari Mandiri Kabupaten Sukabumi.

Kata Kunci: Citra Merek, Inovasi Produk, Harga, Keputusan Pembelian

