

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Cafe BM Blega. Fenomena fluktuasi jumlah pengunjung Cafe BM Blega menjadi latar belakang penelitian ini, di mana citra merek dan promosi diduga berperan penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 97 responden yang merupakan pelanggan Cafe BM Blega. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, citra merek dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek memberikan kontribusi dalam membentuk kepercayaan dan persepsi positif konsumen, sementara promosi efektif meningkatkan minat dan tindakan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi bagi manajemen Cafe BM Blega agar lebih fokus dalam memperkuat citra merek dan strategi promosi untuk meningkatkan loyalitas dan jumlah pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Promosi, Keputusan Pembelian, Cafe BM Blega.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image and promotion on purchasing decisions at Cafe BM Blega. The fluctuating number of visitors to the café prompted this research, with brand image and promotional strategies suspected to significantly affect consumer behavior. A quantitative approach was employed using questionnaires distributed to 97 respondents who are customers of Cafe BM Blega. The data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 25. The findings indicate that both brand image and promotion have a significant partial and simultaneous effect on purchasing decisions. Brand image contributes to building consumer trust and positive perception, while effective promotional strategies enhance consumer interest and drive purchasing actions. These results suggest that Cafe BM Blega should focus on strengthening its brand image and optimizing promotional activities to increase customer loyalty and visitor numbers.

Keywords: *Brand Image, Promotion, Purchasing Decision, Cafe BM Blega.*