

## ABSTRAK

**Siti Mutma'innah, 1520210102, Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Rahmatika Kecamatan Gembong).**

Penelitian ini untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh desain produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada toko **Rahmatika** Kecamatan Gembong. Penelitian ini menggunakan metode-metode kuantitatif dengan data primer yang diolah dan diperoleh dari kuesioner (angket), populasi dalam penelitian ini adalah konsumen berdasarkan data konsumen di Toko Rahmatika Kecamatan Gembong. Sampel dalam penelitian ini adalah 175 Konsumen yang terdiri dari knsumen pemesanan produk, konsmen pelanggan dan konsumen biasa di toko Rahmatika.. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis uji t dan uji f.

Setelah data – data penelitian ini terkumpul penelitian ini berhasil menunjukkan penyebab yang dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian diantaranya faktor desain produk yang mencakup harga jual, kualitas produk, Volume penjualan dan faktor promosi meliputi pasar, produk, target pasar, sedangkan faktor citra merek meliputi kualitas, kegunaan produk selain itu faktor keputusan pembelian terdapat pengaruh keluarga, pengaruh pengalaman dan pengaruh kelas sosial. Dari penelitian ini dapat di simpulkan Toko Rahmatika harus memperhatikan desain, melakukan promosi, dan mengenakan citra merek terhadap produk yang dijual, selain itu hasil penelitian setelah peneliti menganalisis dapat dikatakan : Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Rahmatika, Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko Rahmatika, Citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko Rahmatika Kecamatan Gembong.

***Kata kunci* : Desain Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian**