

## ABSTRAK

Mei Lestari. “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek, Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Getuk Marem di Kota Magelang”. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Proses produksi Getuk Marem di Kota Magelang, 2) Sistem distribusi Getuk Marem di Kota Magelang, 3) pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *perceived quality*, promosi dan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk Getuk Marem di Kota Magelang, 4) Pengaruh *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *perceived quality*, promosi penjualan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Getuk Marem di Kota Magelang.

Sampel penelitian berjumlah 100 orang, ditentukan dengan mengaplikasikan rumus Lemeshow dengan presisi sebesar 0,10. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan Uji kuantitatif, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis, Uji Penyimpangan Asumsi Klasik dan Adjusted R<sup>2</sup>. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, ditemukan bahwa Variabel *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, persepsi kualitas, harga dan promosi penjualan dan frekuensi pembelian yaitu promosi secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, ditemukan bahwa secara parsial atau individu, variabel *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, persepsi kualitas, harga dan frekuensi pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi penjualan tidak berpengaruh.

**Katakunci :Getuk Marem, ekuitas merek, promosi penjualan, harga**