

## ABSTRAK

Maria Risko 2022. **Skripsi. Pengaruh Promosi Online, Citra Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mebel Cipta Graha Kabupaten Probolinggo)**. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui promosi online berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui promosi online, citra merek dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif pendekatan asosiatif. Dengan variabel promosi online (X1), Citra Merek (X2), Inovasi Produk (X3), Keputusan Pembelian (Y). Populasinya adalah konsumen CV Cipta Graha Kabupaten Probolinggo pada bulan Maret – April dengan sampel sebanyak 66 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan promosi online berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, Inovasi Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, promosi online, citra merek dan inovasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Promosi Online, Citra Merek, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian