

ABSTRAK

Armaya, Rangga. 2025 “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Amplang Tengiri (Studi Kasus Pada Ukm Kembang Sari Probolinggo)”. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Dibawah bimbingan Ibu Dr.Ir. Titik Musriati, M.M sebagai Dosen Pembimbing Utama dan Ibu Dewi Anggun Oktaviani, SE., M.Agr sebagai Dosen Pembimbing Anggota.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, salah satunya adalah UKM Kembang Sari Probolinggo yang sejak tahun 2017 memproduksi Amplang Tengiri sebagai produk unggulan. Persaingan pasar yang semakin ketat menuntut UKM untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Beberapa variabel yang berperan penting menurut teori pemasaran adalah kualitas produk, harga, promosi, dan citra merek. Kualitas produk berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen, harga mencerminkan nilai yang dirasakan, promosi berfungsi memperkenalkan produk, sementara citra merek membangun persepsi serta kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian Amplang Tengiri pada UKM Kembang Sari Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan regresi linier berganda. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Lemeshow sehingga diperoleh 97 responden yang pernah membeli produk Amplang Tengiri. Analisis dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, uji t, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian. Namun secara parsial, hanya citra merek yang terbukti berpengaruh signifikan dan menjadi faktor dominan. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan citra merek merupakan strategi utama yang perlu dilakukan UKM Kembang Sari untuk meningkatkan daya saing dan menarik konsumen.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian.*