**ABSTRAK**

Kevin Eka Suryaputra / 27150162 / 2019 / Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart Sunter Hijau / Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Keberadaan bisnis ritel menjadi sangat penting seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin *modern*. Bisnis ritel juga tepat untuk berbelanja dengan praktis, cepat, dan ekonomis. Persaingan dalam bisnis ritel pun semakin inovatif, sehingga masing-masing ritel harus dapat melakukan evolusi untuk menciptakan segmen-segmen baru. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah menciptakan promosi penjualan yang dapat menarik minat beli konsumen untuk menghasilkan keputusan pembelian dengan memperhatikan citra merek. Salah satu ritel yang ikut bersaing adalah Alfamart yang memiliki salah satu cabang di Sunter Hijau.

Citra Merek adalah citra yang dibangun dalam alam bawah sadar konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk atau jasa, sedangkan promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek, tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dalam bentuk yang berbeda, dan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penulis menyebarkan kuesioner sebanyak 120 sampel kepada konsumen Alfamart Sunter Hijau dengan metode *non-probability sampling*. Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berusia antara 22-25 tahun. Citra merek dan promosi penjualan yang dilakukan Alfamart sudah baik dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa citra merek dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart Sunter Hijau. Hasil lain menunjukkan bahwa karena konsumen cukup mudah untuk menemukan lokasi Alfamart, maka mereka lebih memilih berkunjung ke Alfamart.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian Konsumen