

## ABSTRAK

**JOVITA KUSUMANINGTYAS, 19110045**

**PENGARUH MEDIA PROMOSI *ONLINE*, *BRAND IMAGE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN COZY ARIMBI EATERY PADA PT. JAYA KIRANA SAMUDRA WIBOWO**

**Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2023**

**Kata Kunci : Media Promosi Online, *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Keputusan Pembelian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Media Promosi *Online*, *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cozy Arimbi Eatery pada PT. Jaya Kirana Samudra Wibowo”. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kausal dengan metode penelitian kuantitatif dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda.. Populasi dalam penelitian yaitu 83 pelanggan pada Cozy Arimbi Eatery. Menggunakan teknik random sampling atau menggunakan rumus pada Ms. Excel secara random. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Media Promosi *Online* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya media promosi online yang dilakukan oleh Cozy Arimbi Eatery seperti iklan di social media berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.(2) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya citra merek yang dibuat oleh Cozy Arimbi Eatery seperti suasana café yang nyaman berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. (3) *Brand Awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya pengenalan produk dari Cozy Arimbi Eatery masih belum banyak dikenal oleh konsumen sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.