

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman sekarang ini yang semakin pesat dan sudah semakin banyak persaingan terutama dalam bidang bisnis, industri dan perdagangan. Hal tersebut menjadikan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Oleh karena itu, perusahaan harus saling berkompetisi dan berlomba-lomba untuk memberikan yang terbaik untuk konsumen. Perusahaan harus mempunyai strategi untuk menganalisis pesaing. Karena menganalisis persaingan sangatlah penting untuk mengetahui sejauh mana bisnis pesaing untuk melakukan perubahan dan perkembangan dalam bisnisnya, hal tersebut diharapkan mampu mendorong perusahaan untuk meningkatkan produk-produk unggul serta meningkatkan kreativitas dan inovasi produk-produk yang ditawarkan kepada konsumen terkait dengan situasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian pakan ikan dengan citra merek sebagai variabel *intervening* (Studi pada PT. Central Proteina Prima Cab. Tegal).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pakan ikan di C.P. Prima Cab.Tegal. jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden. Metode data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini di temukan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek. kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek, promosi berpengaruh positif terhadap citra merek dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan pembelian