

## ABSTRAK

Perusahaan penyedia jasa bimbingan belajar berusaha untuk menjadi pilihan utama siswa dalam memilih bimbingan belajar. Penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa citra merek, promosi dan proses keputusan pemilihan bimbingan belajar oleh siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar (survei pada siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu) baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 55 orang responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh dengan menggunakan seluruh populasi sebagai subjek penelitian. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar (proses keputusan pembelian). Besarnya pengaruh citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pembelian secara simultan adalah 87,8% dan sisanya 12,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian adalah 47,5% dan pengaruh promosi terhadap proses keputusan pembelian sebesar 40,3%. Sehingga dapat disimpulkan citra merek memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar (proses keputusan pembelian).

**Kata Kunci : Citra merek, Promosi, dan Proses Keputusan Pembelian**