ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek pada Niat Beli Shampo Dove di Bandar Lampung.

Oleh

Rahmah Intan Sari MS

Era Globalisasi memiliki dampak pada kondisi persaingan yang semakin ketat antara perusahaan, sehingga persaingan antara perusahaan membuat setiap perusahaan menciptakan keunggulan bersaing untuk mempertahankan produknya di pasaran. Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan membangun citra merek. Semakin baik citra merek produk yang dijual maka akan berdampak pada niat beli oleh konsumen.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah Citra Merek berpengaruh pada Niat Beli produk Shampo Dove di Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek pada niat beli produk Shampo Dove di Bandar Lampung. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh citra merek pada niat beli Shampo Dove di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 100 orang yang Masyarakat Bandar Lampung sebagai calon pembeli potensial yang mengetahui adanya Shampo merek Dove, belum memakai, berniat membeli Shampo merek Dove dan pemakai shampo merek lain. Uji instrumen dilakukan dengan dengan uji validitas dan reabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukan Citra merek memiliki pengaruh pada Niat Beli Shampo Dove di Bandar Lampung, yang dilihat dari hasil uji signifikansi (α) < 0,05 dengan besar pengaruh sebesar 81,6% (β).

Kata Kunci : Citra Merek, Niat Beli.