

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN PADA BELLA COLLECTION DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**NURLINA**

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat kemajuannya memberikan pengaruh yang besar bagi setiap perusahaan dalam persaingan usaha. Persaingan tersebut akan menuntut perusahaan untuk mengelola bisnisnya agar mampu menciptakan produk yang memiliki identitas dan membedakan produk tersebut berbeda dengan produk lainnya yang disebut dengan merek serta menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal dan salah satunya adalah melalui persaingan antar merek.

Persaingan yang ketat mendorong Toko Bella Collection di Kota Bandar Lampung selalu memperhatikan citra merek terhadap produk yang dijualnya. Permasalahan penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap niat pembelian konsumen pada *Bella Collection* di Bandar Lampung.

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap niat pembelian konsumen pada *Bella Collection* di Bandar Lampung. Hipotesis yang diajukan adalah citra merek berpengaruh terhadap niat pembelian konsumen pada *Bella Collection* di Bandar Lampung.

Metode penelitian dilakukan dengan jenis penelitian survei dengan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif melalui kuesioner yang dibagikan kepada calon pembeli baik disekitar toko *Bella Collection* maupun di sekitar tempat tinggal peneliti di Kota Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan tehnik pengambilan sampel *insidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak seratus orang.

Berdasarkan hasil pembahasan diperoleh bahwa variabel independen citra merek, dengan indikasi citra perusahaan/toko, citra produk, dan citra pemakai dapat mempengaruhi variabel dependen niat pembelian sebesar 46,6%. Sedangkan sisanya sebesar 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Model regresi linier yang dihasilkan menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai citra merek maka semakin tinggi niat pembelian konsumen. Agar niat pembelian konsumen semakin tinggi, disarankan kepada perusahaan untuk melakukan usaha dalam meningkatkan citra mereknya, sehingga ketika konsumen berbicara tentang pakaian maka *Bella Collection* yang akan menjadi merek pertama yang dipilih oleh konsumen dan memutuskan untuk membeli pakaian.