

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI SHAMPO SUNSILK DI KOTABUMI LAMPUNG UTARA

Oleh

M. Jefri

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 terhadap keputusan membeli produk Shampo Sunsilk di Kotabumi Lampung Utara. Penelitian ini bertujuan adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan membeli produk Shampo Sunsilk di Kotabumi Lampung Utara. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan membeli produk Shampo Sunsilk di Kotabumi Lampung Utara. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 100 orang yang Masyarakat Kotabumi Lampung Utara. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan Citra merek memiliki pengaruh pada keputusan membeli Shampo Sunsilk di Lampung Utara, yang dilihat dari hasil uji signifikansi (α) < 0,05 dengan besar pengaruh sebesar 1,106.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Membeli.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON THE DECISION TO BUY SUNSILK SHAMPO IN KOTABUMI LAMPUNG UTARA

By

M. Jefri

The era of globalization has an impact on conditions of increasingly fierce competition between companies, so that competition between companies makes each company create a competitive advantage to maintain its products in the market. One way to create a competitive advantage is to build a brand image. The better the brand image of the product being sold, the better the consumer's purchase intention. The problem in this study is whether Brand Image has an effect on the decision to buy Sunsilk Shampoo products in Kotabumi, North Lampung. This study aims to determine the effect of brand image on the decision to buy Sunsilk Shampoo products in Kotabumi, North Lampung. The hypothesis of this research is that there is an influence of brand image on the decision to buy Sunsilk Shampoo products in Kotabumi, North Lampung. The sampling method was purposive sampling of 100 people from the Kotabumi community of North Lampung. The analysis technique used is simple regression analysis. The results showed that brand image had an influence on the decision to buy Sunsilk Shampoo in North Lampung, which was seen from the results of the significance test ($\alpha < 0.05$) with a large effect of 1.106.

Keywords: Brand Image, Buying Decision.