

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA KONSUMEN ASKHA JAYA

Oleh:

FATHIA SALMA AZQIA

Perkembangan dunia usaha kini semakin pesat dan mengarah kepada ketatnya persaingan, membuat pelaku usaha harus terus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya. Ditengah persaingan yang semakin kompetitif, citra merek menjadi salah satu kunci utama dalam dunia bisnis. Citra merek adalah keseluruhan persepsi berupa keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap merek yang dibentuk dari suatu pengalaman dan terpaan informasi secara berulang, membuat konsumen menanamkan merek tersebut didalam ingatannya. Konsumen cenderung lebih tertarik memilih merek dengan citra yang positif. Hal ini membuat konsumen menjadikan citra merek sebagai acuan dalam membuat sebuah keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen Askha Jaya. Landasan teori dalam penelitian ini ialah teori hierarki efek (Robert dan Gary, 1961) dengan menggunakan konsep citra merek dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sebanyak 100 konsumen Askha Jaya menjadi responden pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan dengan pengujian uji validitas, reliabilitas serta uji hipotesis. Berdasarkan hasil data pada penelitian ini menunjukkan bahwa hasil koefisien korelasi terdapat hubungan positif yang kuat antara citra merek dan keputusan pembelian sebesar 87,2%. Sedangkan hasil korelasi determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,760, dimana keputusan pembelian produk Askha Jaya dipengaruhi oleh citra merek sebesar 76% dan 24% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil Uji T menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, teori hierarki efek.

ABSTRACT

THE INFLUENCE BRAND IMAGE ON PRODUCT PURCHASE DECISION AT ASKHA JAYA CONSUMERS

By

FATHIA SALMA AZQIA

The development of the business world is now increasing rapidly and leading to intense competition, forcing business actors to continue to make various efforts to maintain their existence. In the midst of increasingly competitive competition, brand image is one of the main keys in the business world. Brand image is the overall perception in the form of consumer confidence and trust in a brand that is formed from an experience and exposure to information repeatedly, making consumers embed the brand in their memory. Consumers tend to be more interested in choosing brands with a positive image. This makes consumers use brand image as a reference in making a purchase decision. This study aims to determine how much influence brand image has on product purchasing decisions for Askha Jaya consumers. The theoretical basis in this study is the effect hierarchy theory (Robert and Gary, 1961) using the concept of brand image and purchasing decisions. This research uses descriptive research with a quantitative approach. As many as 100 Askha Jaya consumers became respondents in this study. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale. The data obtained is then carried out by testing the validity, reliability and hypothesis testing. Based on the results of the data in this study shows that the results of the correlation coefficient there is a strong positive relationship between brand image and purchasing decisions of 87.2%. While the results of the correlation of determination show an R square value of 0.760, where the decision to purchase Askha Jaya products is influenced by brand image by 76% and the other 24% is influenced by other factors. The results of the T test explained that H_0 was rejected and H_1 was accepted. So it can be concluded that brand image has a positive influence on purchasing decisions.

Keywords: brand image, purchasing decisions, hierarchy of effect theory.