

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS EIGER DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

**Arbha Febrian**

Kebutuhan individu semakin berkembang dengan seiring berjalanya waktu, tak terkecuali kebutuhan akan sebuah tas. Hal tersebut mendorong semakin berkembangnya pangsa pasar tas yang ada. Eiger adalah salah satu merek tas ternama yang diproduksi oleh PT Eigerindo Multi Produk Industri, sebuah perusahaan lokal yang telah memiliki pangsa pasar Nasional bahkan Internasional.

Masalah yang terjadi adalah semakin banyaknya kompetitor yang hadir dalam merebut pangsa pasar yang saat ini dikuasai oleh Eiger. Selain itu kini konsumen tidak hanya terbatas pada fungsi utama yang bisa diberikan oleh suatu produk saja, akan tetapi telah berkembang menjadi keinginan akan suatu merek tertentu, dan hal tersebut mendorong konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih sebelum menentukan dan mengambil keputusan pembelian. Citra merek adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian tas Eiger di Bandar Lampung.

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran tentang pengaruh citra merek terhadap kepuasan pembelian, serta dapat menjadi referensi penelitian mendatang. Hipotesis dalam penelitian ini adalah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian tas Eiger di Bandar Lampung.

Metoda pengumpulan data yang digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada 100 konsumen dengan metode *non-probability sampling*. Hasil pembahasan dengan alat analisis statistik regresi linier berganda menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan, yaitu sebesar 68,8% menyatakan citra merek yang terdiri dari Asosiasi Merek, Keuntungan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, dan Keunikan Asosiasi Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tas Eiger di Bandar Lampung, sedangkan sisanya sebesar 31,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teridentifikasi.

PT Eigerindo Multi Produk Industri sebagai produsen tas Eiger agar dapat terus mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya harus senantiasa meningkatkan citra merek melalui Asosiasi Merek, Keuntungan Asosiasi Merek, Kekuatan Asosiasi Merek dan Keunikan Asosiasi Merek, karena citra merek merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci:

Citra Merek, Keputusan Pembelian