

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada CV. Berkah Gerrytex Bandung**

CV. Berkah Gerrytex Bandung merupakan perusahaan yang memasarkan produk tekstil. Tekstil merupakan suatu bahan dari serat yang diolah berupa kain atau benang sebagai bahan untuk membuat busana dan produk lainnya. Masalah dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan Iklan pada CV. Berkah Gerrytex dinilai kurang baik sehingga masyarakat atau konsumen belum banyak mengetahui merek perusahaan sehingga berkurang minat belinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel Iklan dan variabel Citra Merek terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Berkah Gerrytex sebanyak 56 konsumen yang terkumpul. Pengujian dan analisis penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi dan analisis regresi linier berganda. Program dan aplikasi yang digunakan untuk melakukan analisis data dan pengolahan data yaitu dengan menggunakan *IBM Statistical Package For Social Sciences (SPSS) version 26.00*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Iklan dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Iklan berpengaruh kearah positif terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Berkah Gerrytex. Sedangkan Citra Merek berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Berkah Gerrytex. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV. Berkah Gerrytex sebesar 60,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan dan lainnya.

**Kata Kunci: Iklan, Citra Merek dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

### ***The Effect of Advertising and Brand Image on Consumer Purchase Decisions at CV. Berkah Gerrytex Bandung***

*CV. Berkah Gerrytex Bandung is a company that markets textile products. Textile is a material made from fiber that is processed in the form of cloth or yarn as a material for making clothing and other products. The problem in this research is Brand Image and Advertising on CV. Berkah Gerrytex is considered not good so that the public or consumers do not know much about the company's brand so that they are less interested in buying it. This study aims to determine whether there is influence of advertising variables and brand image variables on consumer purchasing decisions. The research method used in this research is descriptive and verification. The population in this study are consumers of CV. Berkah Gerrytex as many as 56 consumers collected. Testing and analysis of this research includes the classical assumption test, hypothesis testing, the coefficient of determination and multiple linear regression analysis. The programs and applications used to perform data analysis and data processing are using the IBM Statistical Package For Social Sciences (SPSS) version 26.00. Based on the results of the research conducted, it shows that advertising and brand image have a simultaneous effect on consumer purchasing decisions. The results of the study partially show that advertising has a positive effect on purchasing decisions at CV. Berkah Gerrytex. Meanwhile, brand image has a partial effect on purchasing decisions at CV. Blessings Gerrytex. From the results of this study it can be concluded that there is an influence of advertising and brand image on consumer purchasing decisions at CV. Berkah Gerrytex is 60,3% while the rest is influenced by other variables such as price, service quality and others.*

*Keywords: Advertising, Brand Image and Purchase Decision*