

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Yummy Choice Coffee Gold (Studi Pada Konsumen Toko Indomaret Perumahan Kota Bukit Indah Purwakarta)

Oleh : Ferliana Fina Yunitarini

Merek berfungsi sebagai identitas dagang suatu perusahaan yang digunakan untuk menawarkan produk atau jasa kepada konsumen. Citra merek mencakup berbagai elemen yang dianggap penting oleh konsumen dan seringkali menjadi landasan dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis tanggapan responden mengenai citra merek dan keputusan pembelian serta pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk Yummy Choice Coffee Gold di toko Indomaret Perumahan Kota Bukit Indah Purwakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode secara deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik *probability sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (t). Informasi analisis memanfaatkan program *software SPSS 29*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai citra merek produk Yummy Choice Coffee Gold berdasarkan tanggapan responden berada pada kategori cukup baik, keputusan pembelian produk Yummy Choice Coffee Gold berdasarkan tanggapan responden berada pada kategori cukup baik, serta berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Yummy Choice Coffee Gold di toko Indomaret Perumahan kota Bukit Indah Purwakarta. Temuan penelitian ini bermanfaat sebagai masukan strategis dalam meningkatkan efektivitas pemasaran produk.

Kata kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Brand Image on Consumer Purchase Decisions of Yummy Choice Coffee Gold (A Study on Consumers at Indomaret Store Kota Bukit Indah Housing Complex Purwakarta)

By : Ferliana Fina Yunitarini

A brand functions as a company's trade identity used to offer products or services to consumers. Brand image encompasses various elements considered important by consumers and often serves as the foundation in making purchasing decisions. This study aims to identify, describe, and analyze respondents' perceptions of brand image and purchasing decisions, as well as the influence of brand image on consumer purchasing decisions of Yummy Choice Coffee Gold at Indomaret in the Kota Bukit Indah Purwakarta residential area. The research employed a descriptive-verify method with a quantitative approach, using primary data collected through questionnaires. The sample consisted of one hundred respondents selected using probability sampling. The analytical tools applied included validity testing, reliability testing, normality testing, simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and hypothesis testing. Data analysis was carried out using SPSS version twenty-nine. The results indicate that respondents' perceptions of the brand image of Yummy Choice Coffee Gold fall into the fairly good category, as do their purchasing decisions. Furthermore, hypothesis testing results demonstrate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of Yummy Choice Coffee Gold at Indomaret in the Kota Bukit Indah Purwakarta residential area. These findings provide strategic insights for enhancing the effectiveness of product marketing.

Keywords : Brand Image, Purchase Decision