

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian bakso boedjangan cabang burangrang bandung. Dimana semakin banyaknya pesaing membangkitkan semangat para pelaku bisnis untuk lebih meningkatkan mereknya.

Variabel independen yaitu Citra merek dan variabel dependen keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dan analisis regresi linier sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 23 for Windows*.

Model regresi $Y = 10,381 + 0,873 X$ sudah layak untuk digunakan. Melalui uji R Citra merek mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian adalah sebesar 59,5% dan sisanya adalah sebesar 40,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti seperti harga dan kualitas produk dan pelayanan. Setiap kenaikan satu skala Citra merek akan menaikkan Keputusan pembelian sebesar 0,873. Secara parsial dilihat dari uji t, terdapat pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian di Bakso Boedjangan cabang Burangrang Bandung.

Kata Kunci: Citra merek dan Keputusan Pembelian