

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Air Minum Kemasan Le Minerale.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dengan pendekatan *nonprobability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Air Minum Kemasan Le minerale yang berada di Tangerang Selatan. Jumlah responden dalam penelitian ini sejumlah 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan data dengan menggunakan data primer berupa kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 72,5%.

Kata Kunci : Citra Merek, keputusan pembelian