

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN KEPUTUSAN MEMBELI POND'S PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU

Oleh
ADE IRMA YANTI SIBUEA
11271202396

Penelitian yang telah dilakukan ini berjudul “ pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan membeli Pond's pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Brand Image yang terdiri dari atribut, manfaat, dan nilai produk pond's terhadap keputusan membeli pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang responden dengan menggunakan metode sensus. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, setelah diuji dengan menggunakan SPSS versi 17.0, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel atribut, manfaat dan nilai, secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk pond's pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska. Secara Parsial atribut, manfaat dan nilai berpengaruh secara parsial terhadap keputusan membeli dan Variabel manfaat mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian produk pond's pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau. Hasil regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dimiliki oleh variabel yang diamati adalah sebesar $R^2=0,476$ yang berarti variabel-variabel independen dalam penelitian ini hanya mampu menggambarkan sebesar 47,6 % keputusan pembelian pond's pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek (Atribut, Manfaat, dan Nilai), dan keputusan membeli