

ABSTRAK

Skripsi ini membahas pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Ponsel BlackBerry, dibatasi pada ruang lingkup Bengkel Umum di wilayah Perkantoran Setiabudi, Mega Kuningan Jakarta Selatan dan SCBD Jakarta Pusat. . Data diperoleh melalui *survey* kepada 50 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* sedangkan alat analisa yang digunakan adalah uji linear sederhana dengan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Citra Merek (*Brand Image*) yang merupakan *independent variable* berperan sebagai predictor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Ponsel BlackBerry yang merupakan *dependent variable* dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra Merek dan Keputusan Pembelian.