

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada kartu XL. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada kartu XL. Alat pengungkap data yang digunakan adalah kuesioner yang dibuat dua variabel yaitu Citra merek dan Keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa PKK FE Universitas Mercu Buana – Menteng Jakarta, sedangkan sampelnya berjumlah 60 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, yaitu sampel yang diambil dari siapa saja yang kebetulan menggunakan kartu XL. Hasil analisis regresi pada uji t menunjukkan bahwa t hitung memiliki nilai $>$ dari t tabel ($8,949 > 2,002$) dengan signifikansi $< 0,05$, Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Besarnya sumbangan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 58%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Citra merek, Keputusan pembelian.