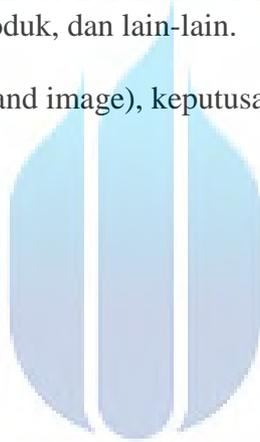


## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap keputusan pembelian pada sepatu Adidas. Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen Adidas yang berada di Jakarta, dimana metode pengumpulan data sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear dengan menggunakan program SPSS.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa citra merek (*brand image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu Adidas. Kontribusi citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 56,3 % dan sisanya 43,7 % dipengaruhi oleh faktor – faktor diluar citra merek, misalnya harga, promosi, kualitas produk, dan lain-lain.

Kata kunci: citra merek (*brand image*), keputusan pembelian.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA