

ABSTRACT

This thesis discusses how brand image influence on making decisions consumer in Parung Panjang area. Data obtained through the survey by distributing questionnaire to 100 respondents. Distributing the questionnaire was preceded by an initial selection for respondents who fill out this questionnaire in accordance with the desired target population, while the analysis tools used are simple linear regression. Hipotes Test results showed a significant relationship between brand image with the making decision consumer. For further research is suggested to conduct research on other retail companies, with the scope of research expanded

Keywords: brand image, making decisions consumer

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen produk pembalut Laurier di daerah Parung Panjang. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kusioner kepada 100 responden. Penyebaran kusioner diawali dengan melakukan penyeleksian awal agar responden yang mengisi kusioner ini sesuai dengan target populasi yang diinginkan, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil pengujian hipotes menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara citra merek dengan pengambilan keputusan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada perusahaan retail lain, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci: citra merek, pengambilan keputusan konsumen