

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian kartu seluler Esia pada warga Kelurahan Duri Kepa, Jakarta Barat diperoleh populasi sebanyak 17.580 orang dan diambil sampel penelitian sebanyak 100 orang.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, pengujian dilakukan dengan uji t, pengolahan data dilakukan dengan program SPSS for windows.

Dari perhitungan didapatkan t hitung = 4,848 dan dari t tabel = 1,984 karena t hitung > t tabel ($4,848 > 1,984$) maka H_0 ditolak, yaitu koefisien regresi signifikan artinya ada pengaruh yang signifikan antara *brand image* dan keputusan pembelian di wilayah Duri Kepa Jakarta Barat.

UNIVERSITAS
MERCUI BUANA
kata kunci : *brand image*, keputusan pembelian