

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bagaimana pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pelanggan kartu telepon XL pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana diperoleh populasi sebanyak 1,569 orang dan diambil sampel penelitian sebanyak 100 orang.

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

Dari perhitungan didapatkan t hitung = 6,480 dan dari t tabel = 1,980. karena t hitung > t tabel ($6,480 > 1,980$) maka H_0 ditolak, yaitu koefisien regresi signifikan artinya ada pengaruh yang signifikan antara brand image dan keputusan pembelian di Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata kunci : Brand Image, Keputusan Pembelian