

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Kecap ABC Terhadap Keputusan Pembelian. Data ini diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden (Sugiono : 2004) yang menggunakan kecap ABC dengan lima *skala likert*. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *convenience sampling*, setelah data terkumpul kemudian dianalisis dengan program *Statistical Program For Social* (SPSS) version 16.

Hasil mengujian hipotesis diatas dianalisis dengan menggunakan regresi linier sederhana, sebagian besar menghasilkan konsumen setuju berdasarkan pada nilai t hitung sebesar 7,425 dibandingkan dengan nilai t tabel sebesar 1,660, maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung } 7,425 > \text{ dari } t \text{ tabel } 1,660$  maka  $H_0$  ditolak, artinya citra merek kecap ABC mempengaruhi keputusan pembelian, Hasil penelitian ini merupakan hasil yang signifikan.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA