

ABSTRAK

Skripsi ini membahas Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Kecap ABC Terhadap Keputusan Pembelian. Data ini diperoleh melalui survey dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 100 responden (sugiono : 2004) yang menggunakan kecap ABC dengan lima *skala likert*. Teknik pengumpulan sempel 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 hitung $7,425 >$ dari t tabel 1,660 maka H_0 ditolak, artinya citra merek kecap ABC mempengaruhi keputusan pembelian, Hasil penelitian ini merupakan hasil yang signifikan.

