

ABSTRACT

This research aims to know the influence of brand image and purchasing decision implications to loyalty consumers smartphone Samsung. This research was done to 384 respondents at the University of Mercu Buana the Faculty Business and Economy campus of Menteng. Design research was conducted with causal research, because it would proved among variables influenced. Research model used that is with method of surveying with questionnaire Bipolar Adjectively scale. The result of this research indicated that either partially, the variable of brand image and purchasing decision to loyalty consumers smartphone Samsung had significant influenced. It has been proven from the result of t test, that amount of sig value $0,000 < 0,05$.

Keywords : brand image, purchasing decision, loyalty consumer

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian dan implikasinya pada loyalitas konsumen *smartphone* Samsung. Sampel penelitian ini adalah pada 384 responden di Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi dan Bisnis kampus Menteng Jakarta Pusat. Desain penelitian yang digunakan adalah riset kausal, karena akan membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel – variabel yang diteliti. Model penelitian yang digunakan yakni metode survei atau kuesioner dengan skala *Bipolar Adjective*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel citra merek dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen *smartphone* Samsung. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t, dimana nilai sig $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : citra merek, keputusan pembelian, loyalitas konsumen