

**EFFECT OF BRAND IMAGE AND ATTITUDES TOWARD CONSUMER
PRODUCT PURCHASE DECISION ON MEDIA ONLINE**

*(User Case Study Tokopedia Among Student of Mercu Buana University,
Meruya, West Jakarta)*

Nanda Dwihastantri

Abstract

This study aims to analyze how the influence of Brand and Consumer Attitudes Toward Product Purchase Decision On Media Online (User Case Study Tokopedia Among University Students Mercu Buana, Meruya, West Jakarta). The data used in this study are primary data obtained from questionnaires distributed by the author. The sampling technique in this research is Non-Probability Sampling by using quota sampling because the researchers took respondents who use the Online Shop “Tokopedia” with a population of 150 students. Sources of data in this study were taken by distributing questionnaires to 150 students of the University of Mercu Buana, Meruya, West Jakarta. Analysis of data using multiple linear regression analysis. The results showed that together influence of Brand and Consumer Attitudes influence the Purchase Decision Making.

Keywords : Brand, Consumer Attitudes and Purchase Decision Making

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA MEDIA *ONLINE***

(Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Kalangan Mahasiswa
Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat)

Nanda Dwihastantri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Citra Merek dan Sikap Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pada Media *Online* (Studi Kasus Pengguna Tokopedia di Kalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar oleh penulis. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan kuota sampling dikarenakan peneliti mengambil responden yang menggunakan *Online Shop* “Tokopedia” dengan populasi berjumlah 150 mahasiswa. Sumber data dalam penelitian ini diambil dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 150 mahasiswa Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta Barat. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap pengambilan Keputusan Pembelian, Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Pengambilan Keputusan Pembelian