



**UNIVERSITAS MERCUBUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI MARKETING KOMUNIKASI DAN  
PERIKLANAN**

## **ABSTRAK**

**Bibliografi:** 5 Bab, 66 Hal + Lampiran + 15 Jurnal + 5 Buku

Manusia memiliki kebutuhan untuk bertahan hidup. Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan primer yang sandang, pangan dan papan. Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi adalah papan. Papan dapat diartikan sebagai tempat tinggal, rumah atau apartemen. Kebutuhan papan yang sangat besar membuat persaingan bisnis di bidang properti khususnya di Indonesia berjalan sangat sengit. Persaingan dalam bidang ini berpusat pada perebutan konsumen yang merupakan salah satu pilar utama dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Persaingan ini juga dihadapi oleh Apartemen Ayodhya. Apartemen Ayodhya berusaha membuat nilai yang baik dimata konsumen dengan berbagai cara seperti, memberikan perbedaan dengan pesaing, memberikan pelayanan yang optimal dan memberikan produk yang terbaik. Nilai yang dibangun oleh Apartemen Ayodhya ini diharapkan membangun Citra Merek yang baik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan kuesioner sebagai data primernya. Dari 100 responden yang digunakan sebagai data pada penelitian ini menghasilkan bahwa Citra Merek Apartemen Ayodhya memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Keputusan Pembelian, Apartemen