

ABSTRAK

Topik yang di bahas dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh citra merek (*brand image*) produk uniqlo terhadap *intensi pembelian* pada mahasiswa psikologi 2015 Universitas Mercu Buana Jakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh brand image produk uniqlo terhadap intensi pembelian pada mahasiswa psikologi 2015 Universitas Mercu buana Jakarta. Penelitian ini melibatkan sample sebanyak 150 responden dengan teknik *accidental sampling* dengan responden yang merupakan mahasiswa psikologi 2015 yang sedang mengerjakan skripsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *citra merek* produk uniqlo berpengaruh signifikan terhadap *intensi pembelian*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *citra merek* dapat mempengaruhi *intensi pembelian*.



ABSTRACT

The study explains the impact of brand image product uniqlo to purchase intention to mahasiswa psikologi 2015 Universitas Mercu Buana Jakarta. The purpose of the study was to determine the impact of brand image product uniqlo on purchase intention to mahasiswa psikologi 2015 Universitas Mercu Buana Jakarta. 150 respondents involved in this study that were choosen by accidental sampling to axienty among students fakulty psychology 2015 at Universitas Mercu Buana Jakarta in working on their thesis. The results showed that the brand image product uniqlo a significant on purchase intention. It can be conculced that brand image product uniqlo can effect the purchse intention.

