

## ABSTRAK

### **Yuly Orida Wulandari (1210802122) :Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswi Fisip 2013**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variable independent yang diteliti yaitu :pengenalan (X1), reputasi(X2)daya Tarik(X3),dan kesetiaan (X4) yang merupakan dimensi dari variable Citra Merek (*Brand Image*) mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variable dependent pada produk Wardah pada Mahasiswi Fisip angkatan 2013.

Metode Penelitian pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif yakni menggunakan logika deduktif yang bertujuan untuk memperoleh data langsung yang dapat dihitung atau dikelola melalui statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *sampling* jenuh yakni menjadikan populasi menjadi sampel. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang mahasiswi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji Regresi Berganda. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t, sedangkan untuk menganalisis data, yang digunakan adalah analisis regresi berganda koefisien determinasi. Adapun perhitungan dalam mengolah data ini dengan dibantu program dengan program SPSS 20.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengenalan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan pengujian yang menghasilkan signifikansi sebesar 0,026, Reputasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian terbukti dengan pengujian yang menghasilkan signifikansi 0,009. Daya Tarik berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan pengujian yang menghasilkan signifikansi 0,076. Kesetiaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan pengujian yang menghasilkan signifikansi 0,000. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 0.545 Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pengenalan, reputasi, daya Tarik, dan kesetiaan terhadap Keputusan pembelian konsumen sebesar sebesar 54,5 %sedangkan sisanya 45,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :Pengenalan, Reputasi, Daya Tarik danKesetiaan**