

## Abstrak

Abdul Mujib Maulana : *Hubungan Persepsi Merek Dengan Keputusan Pembelian Kopi Siap Saji.*

Hubungan persepsi merek ini mempengaruhi keputusan pembelian, namun yang kuat dalam penelitian ini adalah kualitas merek. Tujuan dalam penelitian ini peneliti tertarik ingin mengetahui apakah persepsi merek mempengaruhi keputusan membeli kopi siap saji. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan hubungan (korelasi) populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli kopi terhadap kopi kenangan, kopi janji jiwa dan kopi kulo. Merek kopi yang banyak diminati adalah kopi janji jiwa, usia yang paling banyak di usia 20 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan metode kuesioner (Questionnair) dengan jenis instrument skala ordinal. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan korelasi rank spearman.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG