



PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI DETERJEN RINSO DI KOTA PONTIANAK

Nana Lestari (NIM 121310461)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan konsumen membeli deterjen Rinso di kota Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode observasi, kuesioner, dan mempelajari data-data dan informasi yang diperoleh dari PD. Andhika Primajaya dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *Sampling Purposive* sebanyak 100 sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek yang terdiri dari atribut produk, kualitas produk, kegunaan produk, pengguna, atribut organisasi, kepribadian merek, dan simbol secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasinya menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh sebesar 10% terhadap keputusan pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dan hubungannya dinyatakan sangat rendah.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Konsumen, Rinso.