

ABSTRAK

KARMILA DAUD. NIM 931 410 127. “*Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pengguna Produk Handphone Merek Samsung (Survei Pada Konsumen/Mahasiswa UNG Pengguna HP Samsung)*”. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Dibawah Bimbingan Bapak **Dr. H. Zuchri Abdussamad, M.Si** selaku Pembimbing I dan Bapak **Idris Yanto Niode, S.Pd, M.Si** selaku Pembimbing II.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah mengukur pengaruh *brand image* dengan indikator citra perusahaan, citra produk dan citra pemakai Terhadap keputusan pembelian pada konsumen pengguna handphone merek samsung. Selanjutnya bertujuan untuk menginterpretasikan seberapa besar pengaruh citra merek (*brand image*) terhadap Keputusan Pembelian Hand Phone SAMSUNG. Untuk mengukur itu maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Proses analisis dalam penelitian ini menggunakan microsoft excel 2007 dan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 18. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini yang menduga bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen pengguna handphone merek samsung terbukti berpengaruh signifikan atau di terima. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis variabel citra merek terhadap keputusan pembelian, secara simultan dapat dilihat dengan hasil yang diperoleh (R-Square) sebesar **0,646** atau sebesar **64,6%** dan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teradapat dalam model penelitian ini, faktor-faktor tersebut antara lain Bauran Harga, Lokasi, *Point Of Purchase*, dan Promosi.

Kata kunci: *Brand Image* terhadap keputusan pembelian

ABSTRACT

KARMILA DAUD. Student ID number 931 410 127. "The Influence of Brand Image toward Buying Decision of Samsung Cellphone User (a survey on Universitas Negeri Gorontalo students who use Samsung cellphone)". Skripsi, Study Program of S1 Management, Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Gorontalo. The principal supervisor is **Dr. H. Zuchri Abdussamad, M.Si**, and the co-supervisor is **Idris Yanto Niode, S.Pd, M.Si**.

The objective of this research is to investigate the influence of brand image using indicators of company image, product image, and customer image toward the buying decision of Samsung user. The aim of this research is to interpret the influence of brand image toward the buying decision of Samsung Cellphone. This is a quantitative research using simple regression analysis. The analysis process is by Microsoft Excel 2007 and Statistical Product and Service Solutions (SPSS) 18. The result shows that the research hypothesis saying that brand image has influence toward the buying decision of Samsung cellphone was significantly accepted. This was proven by the simultaneous hypothesis test, showed that the R-Square was **0.646** or **64.6%**. The rest of the number was affected by other factors such as price, location, Point of Purchase, and Promotion.

Keywords: Brand image toward buying decision

