

ABSTRAK

“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kemasan (*Package*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Air Minum Kemasan merek AQUA di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area”.

UMA
MEDAN

Nama : Tiopan Topo Guntur.
Npm : 10.832.0128

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek(*Brand Image*) dan Kemasan(*Package*) terhadap keputusan pembelian pada air minum kemasan merek AQUA di Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Medan Area.

Jenis penelitian ini adalah penelitian *asosiatif*, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dan menyebarkan kuisioner/angket pada responden yaitu mahasiswa fakultas Ekonomi Manajemen pagi stambuk 2011 Universitas Medan Area. Variabel Independennya adalah citra merek(*X1*), kemasan(*X2*). *Variabel* dependennya adalah Keputusan Pembelian (*Y*).

Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistic inferesial (uji asumsi klasik), analisis regresi linear berganda serta koefisien determinasi, dan di olah dengan menggunakan SPSS 20 for Windows. Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa secara parsial Citra Merek (*Brand Image*) dan Kemasan (*Package*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan Citra Merek (*Brand Image*) dan Kemasan (*Package*) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada air minum kemasan merek AQUA di Fakultas Ekonomi manajemen Universitas Medan Area, terlihat dari nilai $F_{Hitung}(40,630) \geq F_{Tabel}(3,19)$, selanjutnya nilai R^2 square adalah sebesar 0.604/60,4%, hal ini berarti 60,4% keputusan pembelian pada air minum kemasan merek AQUA di Fakultas Ekonomi Manajemen UMA dipengaruhi oleh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kemasan (*Package*), sedangkan sisanya sebesar 39,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kemasan, Keputusan Pembelian