

## **ABSTRACT**

**Winston Khonadi**

**1501020079**

### **THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISION AT PT. MESTIKA MAKMUR PERSADA JAYA, MEDAN**

(xv;72 pages; 8 figures; 39 tables;8 appendices)

The purpose of this research is to reveal whether there is any effect between brand image and purchase decision at PT. Mestika Makmur Persada Jaya. Furthermore, this research will also help the other researchers to know and get more knowledge about this field.

Brand image refers to the way that the customers actually perceive the brand. Company is maintaining good image in the mind of the customers. The company is gaining customers and retaining customers which makes purchase decision is important.

This research is using a quantitative as the research design and IBM SPSS Statistics 22 application. The sample size is 58 respondents through census sampling technique. Data analysis methods used in this research include descriptive statistics, validity test, reliability test, normality test, coefficient of correlation, coefficient of determination, linear regression analysis and Z-Test.

The result of the research based on Z test, it can be known that  $Z_{test} (4.8138) > Z_{table} (1.96)$ . So, the conclusion of this research is that there is effect between brand image and purchase decision at PT. Mestika Makmur Persada Jaya. There is a strong and positive relationship brand image and purchase decision at PT. Mestika Makmur Persada Jaya.

In this research, the company is recommended to enhance the brand image by improve their marketing strategy to make the product become well-known and the pricing strategy to have competitive price.

**Keywords: Brand Image, Purchase Decision, International Business**

References: 40

## **ABSTRAK**

**Winston Khonadi**

**1501020079**

### **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. MESTIKA MAKMUR PERSADA JAYA, MEDAN**

*(xv;72 halaman; 8 figur; 39 tabel;8 lampiran)*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan apakah ada pengaruh antara citra merek dan keputusan pembelian pada PT. Mestika Makmur Persada Jaya. Selanjutnya, penelitian ini juga akan membantu para peneliti lain untuk mengetahui dan mendapatkan lebih banyak pengetahuan tentang bidang ini.*

*Citra merek mengacu pada cara pelanggan memandang merek. Perusahaan menjaga citra baik di pikiran pelanggan. Perusahaan mendapatkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang membuat keputusan pembelian itu penting.*

*Penelitian ini menggunakan kuantitatif sebagai desain penelitian dan aplikasi IBM SPSS Statistics 22. Ukuran sampel adalah 58 responden melalui teknik sensus sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier dan Z-Test.*

*Hasil penelitian berdasarkan Uji Z, dapat diketahui bahwa Uji Z (4,8138) > Tabel Z (1,96). Jadi, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa ada pengaruh antara citra merek dan keputusan pembelian pada PT. Mestika Makmur Persada Jaya. Adanya hubungan yang kuat dan hubungan positif antara citra merek dan keputusan pembelian di PT. Mestika Makmur Persada Jaya.*

*Dalam penelitian ini, perusahaan direkomendasikan untuk meningkatkan citra merek dengan meningkatkan strategi pemasaran mereka untuk membuat produk menjadi terkenal dan strategi penetapan harga untuk memiliki harga yang kompetitif.*

**Kata Kunci:** *Citra Merek, Keputusan Pembelian, Bisnis International*

**Referensi:** 40