

ABSTRAK

Robby Alvindo Sialen, NIM: 7203260020 “Pengaruh Citra Merek dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Produk KYSR Store”. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek dan media sosial terhadap keputusan pembelian produk KYSR store. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk dari KYSR Store yang terletak di Jl. Hangtuah No.189 Blok C-D, RT.002/RW.005, Air Jamban, Kec. Mandau, Kabupaten Bengkalis, Riau. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra merek secara parsial memberikan pengaruh positif dengan nilai t-hitung sebesar $2.973 > t\text{-tabel sebesar } 1,96$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh positif antara citra merek dengan keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,04 < 0,05$. (2) media sosial secara parsial memberikan pengaruh positif dengan nilai t-hitung sebesar $3.693 > t\text{-tabel sebesar } 1,96$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh positif antara citra merek dengan keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai $\text{sig } 0,01 < 0,05$. (3) citra merek dan media sosial secara parsial memberikan pengaruh positif nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar 16.621 maka $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $16.621 > 3,09$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, H_3 diterima.

Kata kunci: Citra Merek, Media Sosial dan Keputusan Pembelian

THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRACT

Robby Alvido Sialen, NIM: 7203260020, "The Influence of Brand Image and Social Media on Purchase Decisions of KYSR Store Products." Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan.

This research was conducted to determine whether there is an influence of brand image and social media on purchase decisions of KYSR Store products. The study uses a quantitative method, and the population in this research consists of consumers who purchase products from KYSR Store, located at Jl. Hangtuah No.189 Blok C-D, RT.002/RW.005, Air Jamban, Kec. Mandau, Kabupaten Bengkalis, Riau. The results of this study show that: (1) Brand image partially has a positive effect, with a t -value of $2.973 > t$ -table value of 1.96 , meaning H_0 is rejected and H_a is accepted. This indicates a positive influence between brand image and purchase decisions, proven with a significance value of $0.04 < 0.05$. (2) Social media partially has a positive effect, with a t -value of $3.693 > t$ -table value of 1.96 , meaning H_0 is rejected and H_a is accepted. This demonstrates a positive influence between social media and purchase decisions, proven by a significance value of $0.01 < 0.05$. (3) Brand image and social media together have a positive influence, with a significance value of $0.001 < 0.05$ and an F -value of 16.621 , meaning F -value $> F$ -table ($16.621 > 3.09$), thus H_0 is rejected and H_a is accepted, confirming H_3 .

Keywords: Brand Image, Social Media, Purchase Decision

THE
Character Building
UNIVERSITY