

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kopi Tanatap Meruya. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survey kuesioner. Penelitian ini menggunakan Teori Stimulus-Response (S-R) yang terdiri dari rancangan stimulus dalam penelitian ini terdiri dari Citra Merek Kopi Tanatap Meruya. Rancangan respon dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian pada produk Kopi Tanatap Meruya. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form kepada pengunjung kopi tanatap meruya. Pada tahap uji validitas dengan jumlah sampel 90 orang, didapatkan hasil yang valid pada setiap butir pernyataan. Pada uji reliabilitas didapatkan hasil yang reliabel sehingga pernyataan dapat digunakan pada penelitian ini. Dari hasil analisis statistic dapat diketahui bahwa Citra merek (X) berpengaruh cukup signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 56% dan sisahnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kopi Tanatap Meruya

## ***Abstrac***

*This study aims to determine how much influence Brand Image has on Product Purchase Decisions at Kopi Tanatap Meruya. The researcher used a descriptive quantitative approach with a questionnaire survey method. This study uses the Stimulus-Response (S-R) Theory which consists of the stimulus design in this study consisting of the Tanatap Meruya Coffee Brand Image. The response design in this research is the Purchase Decision on Tanatap Meruya Coffee products. Data was obtained by distributing questionnaires via Google Form to visitors at Kopi Tanatap Meruya. At the validity test stage with a sample of 90 people, valid results were obtained for each statement item. In the reliability test obtained reliable results so that the statement can be used in this study. From the results of statistical analysis, it can be seen that brand image (X) has a significant effect on purchasing decisions (Y) by 56% and the rest is influenced by other factors outside the study.*

*Keywords: Brand Image, Purchase Decisions, Tanatap Meruya Coffee*