

ABSTRAK

Yusina Ulfa. Pengaruh Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli di Wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat (Dibimbing oleh R.A Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Variabel Eksogen terdiri dari (Citra Merek dan Iklan), Variabel Endogen (Keputusan Pembelian), dan Variabel Intervening yaitu (Minat Beli). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 orang responden. Responden penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang ditemui di Wilayah Kebon Jeruk Jakarta Barat dan pernah membeli dan mengkonsumsi minimal 2 kali. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dan penelitian ini menggunakan teknik analisa Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh langsung citra merek terhadap keputusan pembelian tetapi adanya pengaruh tidak langsung citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli ini. Sedangkan iklan memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung nilai pengaruh langsung sebesar 0,274 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,310. Ini membuktikan bahwa variabel minat beli sebagai *intervening*.

Kata kunci: Citra Merek, Iklan, Minat Beli dan Keputusan Pembelian