

## ABSTRAK

Intan Nursaidah (1203453) “**Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Notebook Acer (Survei pada mahasiswa Pendidikan Manajemen Bisnis UPI tahun angkatan 2014, 2015 dan 2015)**” di bawah bimbingan Drs. Bambang Widjajanta, M.M dan Ridwan Purnama, SH., M.Si

*Notebook* merupakan barang teknologi yang sangat populer dan banyak diminati khalayak orang. Acer merupakan salah satu vendor penjual *notebook* di Indonesia yang banyak diminati oleh masyarakat namun pada jenjang tahun 2014-2016 Acer mengalami penurunan penjualan, minat beli yang rendah adalah penyebab keadaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai citra merek, gambaran minat beli serta pengaruh citra merek terhadap minat beli *notebook* Acer. Penelitian ini menjadikan mahasiswa Pendidikan Manajemen Bisnis UPI tahun angkatan 2014, 2015 dan 2016 dengan kriteria mahasiswa yang tidak menggunakan *notebook* Acer tersebut sebagai populasi sebanyak 183, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* sedangkan teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan deskriptif perivikatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran citra merek dalam kategori sedang, gambaran minat beli dalam kategori cukup tinggi. Berdasarkan hasil penelitian ini. Disarankan perusahaan dapat meningkatkan persepsi di benak konsumen guna memperbaiki dan meningkatkan minat beli dalam diri setiap konsumen. Dalam segi citra merek disarankan agar perusahaan meningkatkan pengetahuan konsumen akan merek produk yang ditawarkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. sehingga diharapkan citra merek diperhatikan lebih lanjut oleh perusahaan dalam menunjang peningkatan minat beli.

**Kata Kunci: Citra Merek, Minat Beli**

## ABSTRACT

*Intan Nursaidah (1203453) “The Influence of Brand Image toward the Purchase Intention Notebook (Survey on UPI Business Management Education students of 2014, 2015 and 2016 batch)” under supervision of Drs. Bambang Widjajanta, M.M and Ridwan Purnama, SH., M.Si*

*Notebook is a very popular technology device and attracted a lot of people. Acer is one of the notebook vendors in Indonesia are much in demand by the public but at 2014-2016 Acer has decreased sales, low purchase intention is the cause of the situation. This research aims to determine the representation of the brand image, the representation of purchase intention and the influence of brand image toward the intention to buy Acer notebooks. In this study, students of UPI Business Management Education year 2014, 2015 and 2016 with the criteria of students who do not use Acer notebook is used as a population of 183, the sampling technique used is non-probability sampling while the sample selection technique used is purposive sampling. The method used in the research is descriptive verifikatif. The analysis technique used is simple linear regression analysis. The results showed that the representation of the brand image is in the medium category, the representation of purchase intention in the category is quite high. Based on the results, it is suggested that the company should improve perception in consumers mind to improve and increase buying interest in each consumer. In terms of brand image, it is suggested that the company increase the consumer's knowledge of the products offered and increase the consumer's trust. Thus, it is expected that the brand image should be taken into consideration by the company in supporting the increase of purchase intention*

**Keywords:** *Brand Image, Purchase Intention*