

## ABSTRAK

Merek merupakan aset tak berwujud yang berharga dan memiliki sifat khas yang membuat pelanggan menyadari perbedaan diantara merek-merek dalam sebuah produk. Faktor yang dipertimbangkan dalam suatu citra merek atau *brand image* adalah kualitas produk tersebut, yang mana kualitas sangat berkaitan dengan citra merek yang diberikan. Upaya dalam memahami sikap konsumen sangat penting terutama pada pengambilan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Gery Chocolatos. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Teori yang menjadi dasar penelitian adalah Citra Merek (Kotler dan Keller) dan Keputusan Pembelian (Husein Umar). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Bandung yang mengonsumsi Gery Chocolatos dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Di mana teknik pengambilan sampel secara *non probability sampling* dan metodenya secara *incidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis (uji statistik t dan koefisien determinasi) dengan menggunakan *SPSS for Windows 23*. Hasil penelitian menunjukkan variabel Citra Merek terdapat pada kategori Baik dengan persentase sebesar 77,36%, dan variabel Keputusan Pembelian berada pada kategori Baik dengan persentase sebesar 89,34%. Adapun Citra Merek berpengaruh sebesar 10,8% terhadap Keputusan Pembelian Gery Chocolatos, sedangkan sisanya sebesar 89,2% dipengaruhi oleh hal lain di luar penelitian ini.

**Kata kunci: Wafer Stick, Citra Merek, Keputusan Pembelian**