

PENGARUH CITRA MEREK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAOS KAKI HALAL SOKA

ABSTRAK

Citra merek merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Ada tiga faktor yang mempengaruhi *brand image*; asosiasi keunggulan, asosiasi kekuatan, dan asosiasi keunikan. Sedangkan selain dipengaruhi oleh penilaian terhadap kualitas produk, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh empat faktor; budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Penelitian ini dilakukan dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih secara acak dengan teknik purposive sampling dari populasi 36.000 followers media sosial Instagram SOKA. Nilai validitas instrumen 0,840 dan reliabilitas 0,923. Teknik analisis data menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5%. Nilai validitas instrumen 0,840 dan reliabilitas 0,923. Teknik analisis data menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kaos halal kai SOKA. Nilai signifikansi ini diperoleh dari Fhitung 280,286 dengan signifikansi 0,000 dengan F tabel (3,938) pada taraf signifikansi 0,05 dan koefisien determinasi (r^2) atau R square sebesar 0,741 sehingga pengaruhnya sebesar 74,1%, sedangkan sisanya 25,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kaos kaki Halal SOKA*