

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kartu Perdana XL di Kota Padang**

**Oleh: Angga Putra Dasril**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh iklan terhadap citra merek kartu perdana XL di kota Padang. (2) Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada kartu perdana XL di kota Padang. (3) Pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek konsumen pada kartu perdana XL di kota Padang. (4) Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada kartu perdana XL di kota Padang. (5) Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada kartu perdana XL di kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan kartu perdana XL di kota Padang pada tahun 2015. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *Cluster Sampling*. Analisis menggunakan analisis jalur dengan program SPSS versi 15.0. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan uji t (t-test).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek pada kartu perdana XL di kota Padang, (2) Iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kartu perdana XL di kota Padang, (3) Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek pada kartu perdana XL di kota Padang, (4) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kartu perdana XL di kota Padang, dan (5) Kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen kartu perdana XL di kota Padang.