

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN IKLAN INDOMIE  
MIE GORENG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
OLEH MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**Affah Azmi**

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Indomie mie goreng oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jakarta. Adapun faktor yang diduga mempengaruhi adalah citra merek, harga dan iklan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh langsung citra merek, harga dan iklan terhadap keputusan pembelian Indomie mie goreng. Responden yang digunakan sebanyak 70 orang dan pengambilan sampel dengan menggunakan pendekatan *probability sampling design* dengan error 10%. Unit analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan iklan ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) dapat digambarkan melalui persamaan regresi  $Y = 57,201 + 0,436 X_1 - 0,066 X_2 + 0,089 X_3$ . Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan iklan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Kata Kunci** : Citra merek, Harga, Iklan, Keputusan Pembelian

**EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND ADVERTISEMENT TO  
PURCHASE DECISION OF INDOMIE FRIED NOODLES BY THE  
STUDENTS OF ECONOMICS FACULTY OF  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**Afifah Azmi**

**Abstract**

This research was conducted at the Economics Faculty of Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta to identify factors that influence purchasing decisions of Indomie fried noodles by students of the Economics Faculty of UPN “Veteran” Jakarta . Factors that suspected to affect is the brand image, price and advertisement. The purpose of this study to analyze the direct influence of brand image, price and advertising on purchase decision of Indomie fried noodle.

Respondents used was 70 people and the sampling was using probability sampling design with error 10%. Analysis unit was using multiple linear regression analysis. The regression analysis resulted that the effect of brand image variable ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and advertisement ( $X_3$ ) to purchase decision ( $Y$ ) can be described by an equation  $Y = 57,201 + 0,436 X_1 - 0,066 X_2 + 0,089 X_3$ . This can be concluded that brand image variable ( $X_1$ ), price ( $X_2$ ) and advertisement ( $X_3$ ) are significantly effected simultaneously to purchase decision ( $Y$ ).

**Keyword** : Brand Image, Price, Advertisement, Purchase Decision