

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Corporate Image*, *Product Image* dan *User Image* terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Gresik**

*Brand image* memiliki tiga variabel pendukung yaitu citra pembuat (*corporate image*), citra produk (*product image*) dan citra pemakai (*user image*), *corporate image* merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa dimana indikatornya meliputi nama besar perusahaan, layanan perusahaan dan jaringan perusahaan. *Product image* yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Sedangkan *user image* merupakan sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen kuat, praktis dan ekonomis, percaya diri dan nyaman. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *corporate image*, *product image* dan *user image* terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian dilakukan di Kecamatan Gresik, Kebomas dan Manyar Kabupaten Gresik dengan target sebanyak 408 *end user*. Sampel diambil dengan teknik *accidental sampling* diperoleh responden berjumlah 80 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, selanjutnya data diolah dengan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *corporate image* ( $X_1$ ) sebesar 2,968, nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *product image* ( $X_2$ ) sebesar 3,665, nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *user image* ( $X_3$ ) sebesar 3,523, ketiga angka tersebut jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  (1,990) maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil uji t tersebut berarti terdapat pengaruh positif *corporate image*, *product image*, dan *user image* terhadap keputusan pembelian. Uji F menunjukkan  $F_{hitung}$  sebesar 29,254 >  $F_{tabel}$  sebesar 2,72 pada  $df = 76$  bahwa berarti terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan *corporate image*, *product image*, dan *user image* terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk tetap menjaga pelayanan ketersediaan, dan meningkatkan jaringan penjualan yang luas, tetap menjaga *image* bahwa Semen Gresik merupakan semen yang rekatnya kuat, dan tetap menjaga agar konsumen merasa percaya diri dan nyaman menggunakan Semen Gresik.

Kata kunci : *corporate image*, *product image*, *user image*, keputusan pembelian