

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap (studi pada distro Flatten Supreme Bandung) Metode yang di gunakan adalah Deskriptif Verifikatif Objek penelitian adalah pelanggan Distro Flatten Supreme dengan jumlah sample sebanyak 60 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien detreminasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Citra Merek dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan adalah sebesar 77,9%. Sedangkan secara parsial Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,299 dan koefisien detriminasi sebesar sebesar 60,6% Keragaman Produk memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,670 dan koefisien detriminasi sebesar 46,4%

Kata Kunci : Citra Merek, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian