

ABSTRAK

Tia Restika , NIM.3402190118. ”Pengaruh Brand Culture dan Iconic Brand Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Suatu Studi Pada Pengunjung Warung Nasi Ampera Ciamis Jl.RE Martadinata)”. Dibawah bimbingan Bapak **Dr.H.Oyon Saryono,M.M. (PembimbingI)** dan Ibu **Wiwin Setianingsih,S.E.,M.M. (Pembimbing II)**

Penelitian ini difokuskan pada *Brand Culture* dan *Iconic Brand* Terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Suatu Studi Pada Pelanggan Warung Nasi Ampera Ciamis Jl.RE Martadinata). Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini meliputi: a] Bagaimana pengaruh pengaruh *Brand Culture* terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Waung Nasi Ampera Ciamis Jl.RE Martadinata. b] Bagaimana pengaruh *Iconic Brand* terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Warung Nasi Ampera Ciamis Jl.RE Martadinata . c] Bagaimana pengaruh *Brand Culture* dan *Iconic Brand* terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Warung Nasi Ampera Ciamis Jl.RE Martadinata. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk teknik analisis data digunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi , analisis regresi linier sederhana dan berganda , uji T dan uji F . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Culture* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Artinya, semakin kuat *Brand Culture* maka Keputusan Pembelian akan meingkat . *Iconic Brand* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Artinya, semakin kuat *Iconic Brand* maka Kepuasan pembelian akan meningkat . *Brand Culture* dan *Iconic Brand* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian .Artinya, semakin kuat *Brand Culture* dan *Iconic Brand* maka keputusan Pembelian akan meningkat.

Keywords : *Brand Culture, Iconic Brand , Keputusan Pembelian*