**ABSTRAK**

Pengaruh Strategi Merek Terhadap Minat Beli Kosnumen Pada PT.Karya Beton Sudhira

Suatu produk yang memiliki ekuitas merek yang kuat dapat membentuk landasan merek yang kuat dan mampu mengembangkan keberadaan suatu merek dalam persaingan apapun dalam jangka panjang konsumen menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika hendak membeli suatu produk atau jasa.

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah strategi merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada PT. Karya Beton Sudhira
2. Untuk mengetahui apakah selama ini strategi merek yang ada saat ini memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen pada PT. Karya Beton Sudhira.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan secara studi kasus menggunakan dengan desain deskriptif dan kasual untuk memecahkan suatu kasus, yaitu dengan mengadakan penelitian langsung pada PT. Karya Beton Sudhira. Dengan teknik *simple random sampling,* diambil sample sebanyak 60 konsumen pada PT. Karya Beton Sudhira sebagai responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variable strategi merek terhadap minat beli konsumen pada PT. Karya Beton Sudhira. Terbukti dengan nilai thitung untuk strategi merek (X) sebesar 12.411 sedangkan nilai ttabel untuk n = 60 sebesar 2.000 jadi 12.411 > 2.000,maka H0 ditolak dan Ha diterima, dapat dinyatakan bahwan strategi merek (X) memiliki pengaruh yang segnifikan terhadap minat beli konsumen (Y).
2. Berdasarkan nilai R 2 (R square) sebesar 0.726. Hal ini menunjukan bahwa besar 72.6% strategi merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen sedangkan sisanya sebesar 27.4% berpengaruh dengan faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci: kualitas produk dan kepuasan konsumen.**

**ABSTRACT**

The Influence of Brand Strategy on Consumer Purchase Interest in PT.Karya Beton Sudhira

A product that has strong brand equity can form a strong brand foundation and be able to develop the presence of a brand in any competition in the long term consumers make the brand as an important consideration when trying to buy a product or service.

The objectives in this study are:

1. To find out whether brand strategy has an effect on consumer buying interest at PT. Sudhira Concrete Works.
2. To find out whether the existing brand strategy has a positive influence on consumer buying interest at PT. Sudhira Concrete Works.

This type of research is field research using case studies using descriptive and casual designs to solve a case, namely by conducting direct research at PT. Sudhira Concrete Works. With a simple random sampling technique, a sample of 60 consumers was taken at PT. Concrete Sudhira's work as respondents in this study.

The results showed that:

1. There is a positive and significant influence of brand strategy variables on consumer buying interest at PT. Sudhira Concrete Works. Evidenced by the tcount for the brand strategy (X) of 12,411 while the ttable for n = 60 of 2,000 to 12,411> 2,000, then H0 is rejected and Ha is accepted, it can be stated that the brand strategy (X) has a significant influence on consumer buying interest ( Y).
2. Based on the value of R2 (R square) of 0.726. This shows that 72.6% of brand strategy has a positive effect on consumer buying interest while the remaining 27.4% has an effect on other factors not examined in this study.

**Keywords: product quality and customer satisfaction.**