

ABSTRAK

Proses pengambilan keputusan pembelian dari setiap konsumen pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh banyak faktor seperti citra merek, harga dan lain-lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 84 orang, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak. Teknik analisis data dengan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 23.0 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen baik secara simultan maupun parsial. Besarnya pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian masih berada pada kriteria sedang yang berarti masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian konsumen. Harga memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian konsumen dibandingkan citra merek.

Kata kunci : citra merek, harga dan proses keputusan pembelian

ABSTRACT

The decision making process of any consumer purchase is basically the same, but the decision-making process will be colored by many factors such as brand image, price and others. The purpose of this study was to determine the effect of brand image and price of the purchase decision process either simultaneously or partial.

The method used is descriptive verification. The sampling technique used in this study is simple random sampling with a total sample of 84 people. namely the members of the population sampling is done randomly. Data analysis techniques with multiple regression analysis using SPSS 23.0 for windows

The results showed that the image of the brand and the price effect on consumer buying decision process either simultaneously or partial. The amount of influence brand image and price of the purchase decision process is still in the middle criteria which means there are many other factors that can influence consumer buying decision process. Price gives the most impact on consumer buying decision process compared to the brand image.

Keywords : Brand Image, Price, Purchase Decission Process