

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, berbagai cara dilakukan para pelaku bisnis untuk menjaga dan mengembangkan keunggulan kompetitif dengan pesaingnya. Indonesia merupakan pasar yang potensial bagi dunia usaha, khususnya usaha pakaian. Distro adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian atau diproduksi sendiri. Distro menyediakan berbagai macam produk seperti T-shirt, celana jeans, jaket, topi dan dompet dan lainnya.

Objek dalam penelitian ini adalah pengunjung distro Vearst Jeans Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Vearst Jeans Bandung”. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 100 responden dari populasi 266 Pengunjung distro Vearst Jeans Bandung.

Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial (R^2), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro Vearst Jeans Bandung.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

The development of the business world has resulted in increasing fierce competition, a variety of ways business people can maintain and develop competitive advantage with their competitors. Indonesia is a potential market for business, especially clothing business. Distribution store is a type of store in Indonesia that sells clothes and accessories that are entrusted by clothing makers or produced their own. Distribution store provides a wide range of products such as T-shirts, jeans, jackets, hats and wallets and more.

The object of this research was the visitors Vearst Jeans Bandung Distribution Store . This study aimed to analyze " The Influence of Brand Image and Price to Consumer Purchase Decision Of Vearst Jeans Bandung Distribution Store". The method of analysis used in this research is descriptive analysis and verification, data collection technique used is distributing questionnaires to 100 respondents from a population of 266 visitors Vearst Jeans Bandung Distribution Store.

The results of research using multiple linear regression analysis method, Correlation analysis, coefficient of determination, the partial coefficient of determination (R²), Simultaneous Hypothesis Testing and Hypothesis Testing Partial. The research shows the brand image and price to have a positive and significant effect on consumer purchase decision of Vearst Jeans Bandung Distribution Store.

Keywords : Brand Image, Price, and Consumer Purchase Decision