

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian *distro* Cosmic Trunojoyo Bandung baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel 73 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebar kuesioner. Metode analisis data yang di gunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dan harga memiliki pengaruh secara simultan sebesar 61,4% dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial menunjukan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar 40,9% berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand image* memiliki pengaruh sebesar 20,5% berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: *Brand Image*, Harga dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence the brand image and price on the Cosmic Trunojoyo Bandung distribution decision, both partially and simultaneously. The research method used is descriptive and verification with a sample of 73 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and questionnaires. Data analysis methods used are multiple linear regression, multiple correlations, coefficient of determination and hypothesis testing.*

*The results of this study indicate that brand image and price have a simultaneous influence of 61.4% and a positive and significant effect on purchasing decisions. Partially shows that the price has a greater influence that is equal to 40.9% positive and significant effect on purchasing decisions and brand image has an influence of 20.5% positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Brand Image, Price and Purchase Decision***