

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fenomena dan mendapatkan bukti empiris, juga kesimpulan mengenai pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Oasis (Studi kasus pada konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Oasis). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dan verifikatif, teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability*. Penelitian ini melakukan survei terhadap 100 orang responden. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis ini mengungkapkan bahwa citra merek AMDK Oasis berada pada kategori cukup baik, harga AMDK Oasis berada pada kategori cukup baik, keputusan pembelian pada AMDK Oasis berada pada kategori cukup baik dan pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 87,9%, dan sisanya sebesar 12,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti di penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

## ***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to study the phenomenon and obtain empirical evidence, as well as conclusions about the assessment of brand image and price on purchasing decisions Oasis Bottled Water (AMDK) (Case study on consumers of Oasis Bottled Drinking Water (AMDK)). This study uses descriptive methods, and verification, the sampling technique used is non-probability. This research conducted a survey of 100 respondents. The method of data analysis in this study uses multiple linear regression analysis, this analysis reveals the brand image of AMDK Oasis fits the category quite well, the AMDK Oasis price fits the category quite well, the purchase decision on the AMDK Oasis fits the category quite well and the impression of the brand image and price of the purchase decision of 87.9%, and the remaining 12.1% is determined by other variables not available in this study.*

*Keywords:* Brand Image, Price, Purchase Decision