

ABSTRAK

This study aims to determine the effect of brand image and price on purchasing decisions (a survey of clothing consumers Phillip Works Bahureksa Bandung) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 72 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination.

The results showed that there was a positive and significant influence between brand image and price on purchasing decisions. The magnitude of the influence of brand image and price on purchasing decisions simultaneously is 50.3% and the remaining 49.7% is influenced by other variables not examined. Partially, the influence of brand image on purchasing decisions is 17% and the effect of price on purchasing decisions is 33.3%, so it can be concluded that price has the greatest influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Price and Purchase Decision

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen *clothing Phillip Works Bahureksa Bandung*) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 72 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan 50,3% dan sisanya 49,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 17% dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 33,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian