

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian (survei pada konsumen clothing my style fashion official yang melakukan pembelian melalui marketplace shopee) terdiri dari tiga variabel, yakni variabel citra merek dan harga sebagai variabel bebas dan variabel proses keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Melihat fenomena bahwa proses keputusan pembelian merupakan faktor penting bagi perusahaan yang menawarkan produk yang memiliki keterlibatan tinggi, dan ditemukannya faktor yang bermasalah yaitu citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian pada objek penelitian ini yaitu Clothing My Style Fashion Official baik secara simultan maupun parsial. Hal ini dikarenakan terdapat fenomena penjualan mengalami fluktuasi dan tidak mencapai target penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 80 Konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan alat bantu SPSS 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh citra merek dan harga terhadap proses keputusan pembelian secara simultan sebesar 63,4% dan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pembelian sebesar 33,5% dan pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian sebesar 29,9%, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to find out how the influence of brand image and price on the purchasing decision process (a survey of clothing my style fashion official consumers who make purchases through the shopee marketplace) consists of three variables, namely brand image and price variables as independent variables and purchase decision process variables as the dependent variable. Seeing the phenomenon that the purchasing decision process is an important factor for companies that offer products that have high involvement, and found problematic factors namely brand image and price on the purchasing decision process on the object of this research, namely Clothing My Style Fashion Official both simultaneously and partially. This is because there is a phenomenon where sales fluctuate and do not reach sales targets. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 80 consumers. Instrument testing uses validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination and SPSS 24 tools.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between brand image and price on the purchasing decision process. The magnitude of the influence of brand image and price on the purchasing decision process simultaneously is 63.4% and the remaining 36.6% is influenced by other variables not examined. Partially, the influence of brand image on the purchasing decision process is 33.5% and the effect of price on the purchasing decision process is 29.9%, so it can be concluded that brand image has the greatest influence on the purchasing decision process.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision Process