

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan citra merek pada Wingman Denim baik secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah populasi sebanyak 482 orang dan jumlah sampel sebanyak 83 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 89,4% sedangkan sisanya sebesar 10,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 46,7% dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 42,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian