

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli, secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 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 minat beli. Besarnya pengaruh digital marketing, harga dan kualitas produk terhadap minat beli secara simultan 78,8% dan sisanya 21,2% dipengaruhi variable lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh digital marketing terhadap minat beli sebesar 72,48%, dan pengaruh harga terhadap minat beli sebesar 6,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek memberikan pengaruh paling besar terhadap minat beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga dan Minat Beli

