

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada proses keputusan pembelian konsumen. Masalah yang terlihat dalam penelitian ini adalah proses keputusan pembelian yang diakibatkan oleh citra perusahaan dan harga. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dan harga terhadap proses keputusan pembelian distro Vearst di Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dalam pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel sebanyak 73 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah *method of succesive interval* (MSI), analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi dan uji hipoteses dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra perusahaan dan harga terhadap proses keputusan pembelian *distro* Vearst Bandung secara simultan 74,5%. Secara parsial pengaruh citra perusahaan terhadap proses keputusan pembelian distro Vearst Bandung sebesar 18,7% dan pengaruh harga terhadap proses keputusan pembelian *distro* Vearst Bandung sebesar 55,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap proses keputusan pembelian *distro* Vearst Bandung.

Kata Kunci : Citra perusahaan, Harga dan Proses Keputusan Pembelian