

ABSTRAK

Eky Nur Latif (1158020084) “Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Jurusan Manajemen)”.

Persaingan dunia usaha saat ini semakin kompetitif, karena itu setiap perusahaan, harus mampu ,mengolah produk miliknya dengan dengan penuh inovasi kreatif agar bertahan dan berkembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah Deskriptif verifikatif. Dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Penelitian ini adalah penelitian sample dengan jumlah responden sebanyak 72 responden. Uji validitas instrumen menggunakan Korelasi *Person* sedangkan uji reliabilitasnya menggunakan kaidah reliabilitas Triton. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga dan citra merek secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil dari analisis regresi linear berganda diketahui bahwa harga dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis dengan uji t dapat diketahui dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan dari nilai thitung sebesar 5,776 lebih besar dari ttabel 1,99 Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima artinya Citra Merek (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian .Dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan dari nilai thitung sebesar 4,455 lebih besar dari ttabel 1,99. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima artinya Harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil analisi uji F diketahui dari nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai fhitung 56,226 dan nilai ftabel 3,13 hal ini menunjukkan H_0 diterima. Artinya harga dan citra merek secara simultan berpebgaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan hasil perhitungan koefisien determinasi menghasilkan R^2 sebesar 620. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan harga secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 62,0% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian