

ABSTRAK

Syamsul Ma'arifh (1178020240) : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Susu Ultra Milk (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Latar belakang dari penelitian ini yaitu melihat industri susu cair siap minum didalam kemasan mulai beredar banyak dan itu menimbulkan customer semakin selektif sebelum membeli. Keselektifan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang disukai dari berbagai alternatif yang ada dengan mempertimbangkan beberapa faktor. Salah satu faktornya adalah citra merek dan harga. Citra merek adalah penilaian konsumen mengenai baik buruknya sebuah merek yang melekat pada suatu produk. Sedangkan harga adalah jumlah yang harus dibayar konsumen atas suatu barang atau jasa yang telah mereka terima. Konsumen membandingkan merek satu dengan merek yang lainnya yang disertai dengan membandingkan harga produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Susu Ultra Milk. Yang dimana penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *Nonprobability Sampling*. Dan pengujian instrumen data memakai analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji korelasi. Sedangkan pada pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan taraf nyata 0,05 atau 5%. Untuk mengolah data, peneliti menggunakan bantuan SPSS Versi 25.

Hasil uji t variabel citra merek terhadap keputusan pembelian adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,853 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,005 < 0,05$) dan pada variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,975 > 1,984$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Pada uji F memperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($81,267 > 3,09$). Perhitungan koefisien determinasi mendapatkan hasil 0,626 yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian Susu Ultra Milk pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipengaruhi oleh citra merek dan harga sebesar 62,6% dan sisanya sebesar 37,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian