

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh parsial harga terhadap keputusan pembelian, mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh parsial citra merek terhadap keputusan pembelian, untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh simultan harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden yang pernah berbelanja di *marketplace* shopee. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara parsial dan signifikan, terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian secara parsial dan signifikan, terdapat pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian secara simultan. Shopee kedepannya bisa mempertahankan dan meningkatkan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan terus membangun citra merek yang baik, dalam penelitian kedepannya bisa menggunakan teknik analisis lain serta adanya variabel lain agar bisa membedakan hasil penelitian sebelumnya dan sesudahnya.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The problem in this study aims to: find out, analyze and explain the effect of partial price on purchasing decisions, find out, analyze and explain the partial effect of brand image on purchasing decisions, to determine, analyze and explain the simultaneous influence of price and brand image on purchasing decisions. This research was conducted using a quantitative descriptive method. Sampling in this study were 105 respondents who had shopped at the shopee marketplace. The data collection method used a questionnaire distributed to respondents. The sampling technique used is purposive sampling technique. The analytical tool used is multiple linear regression analysis. This study shows the results that there is a partial and significant effect of price on purchasing decisions, there is the influence of brand image on purchasing decisions partially and significantly, there is an influence of price and brand image on purchasing decisions simultaneously. Shopee in the future can maintain and improve pricing in accordance with quality and continue to build a good brand image, in future research it can use other analytical techniques and other variables in order to distinguish the results of previous and subsequent studies.

Keywords: Price, Brand Image, Purchase Decision

