

ABSTRAK

SAKA ANGGARA, Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus CV. Rabbani Assysa Baturaja) di bawah bimbingan Darman Syafe'i., S.E., M.Sidan Novegya Ratih P., S.E., M.Si.

Penelitian ini membahas tentang *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Metode analisis digunakan adalah Metode Kuantitatif dengan menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis menjelaskan nilai t hitung variabel *Brand Image* (X1) sebesar 8,718, dan Harga (X2) sebesar 3,140 jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,984. nilai F hitung sebesar 82,570 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,09 dengan demikian Hal ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan variabel *Brand Image* (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) (Studi Kasus CV. Rabbani Assysa Baturaja). Nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,630. Hal ini berarti 63 % Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *Brand Image* dan variabel Harga sedangkan sisanya yaitu 37 % dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar variabel yang disebutkan dalam penelitian ini, seperti pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

SAKA ANGGARA, The Influence of Brand Image and Price on Purchase Decisions (Case Study of CV. Rabbani AssysaBaturaja) under the guidance of Darman Syafe'i.,S.E.,M.Si and NovegyaRatih P,S.E.,M.Si.

This study discusses Brand Image and Price on Purchase Decisions. The analytical method used is the Quantitative Method using Multiple Linear Regression analysis tools. The results of the analysis explain the t value of the Brand Image variable (X1) of 8.718, and Price (X2) of 3.140 when compared to the t-table value of 1.984. The calculated F value is 82.570 which is greater than the F table of 3.09 thus this proves that partially and simultaneously Brand Image (X1) and Price (X2) variables have a significant influence on Purchase Decision (Y) (Case Study CV. Rabbani AssysaBaturaja). The coefficient of determination R Square is 0.630. This means that 63% of Purchase Decisions can be explained by the Brand Image variable and the Price variable, while the remaining 37% can be explained by other variables outside the variables mentioned in this study, such as knowledge, skills, and abilities.

Keywords: Brand Image, Price and Purchase Decision