

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MIZONE PADA KONSUMEN DI KECAMATAN BEBANDEM

**I Kadek Yoggy Pratama, NIM 1717041169
Jurusan Manajemen**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari citra merek dan harga baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone pada konsumen di Kecamatan Bebandem. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan desain penelitian yang digunakan adalah desain riset kausal. Data dikumpulkan dengan menggunakan ilmu kepustakaan dan metode kuesioner, serta dianalisis dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone, (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone.

Kata-kata kunci: citra merek, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image and price both simultaneously and partially on the purchasing decision of Mizone isotonic drinks for consumers in Bebandem District. This type of research is quantitative research and the research design used is a causal research design. Data were collected using literature and questionnaire methods, and analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that (1) brand image and price had a significant effect on purchasing decisions for Mizone isotonic drinks, (2) brand image had a positive and significant effect on purchasing decisions for Mizone isotonic drinks, (3) price had a positive and significant effect on purchasing decisions for Mizone isotonic drinks.

Keywords: brand image, price, purchase decision.