

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh: (1) citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian, (2) citra merek terhadap keputusan pembelian, (3) harga terhadap keputusan pembelian produk pada kedai kopi Nau Singaraja Jl. Udayana. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah orang yang pernah membeli produk pada kedai kopi Nau Singaraja Jl. Udayana minimal 1 kali dan objek pada penelitian ini adalah citra merek, harga dan keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif kausal dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada kedai kopi Nau Singaraja Jl. Udayana, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada kedai kopi Nau Singaraja Jl. Udayana dan (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada kedai kopi Nau Singaraja Jl. Udayana.

Kata-kata kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of: (1) the brand image and price concerning the purchasing decisions, (2) the brand image concerning the purchasing decisions, (3) the price concerning the product purchasing decisions at kedai kopi Nau Singaraja in Udayana street. The research design that used in this study is causal quantitative. The research subjects are people who have bought a products at the Nau Singaraja coffee shop in Udayana street at least 1 time and the objects in this study are the brand image, the price and the purchasing decisions. The sample in this study amounted to 100 respondents. The research design that used in this study is causal quantitative that using multiple linear regression analysis. The results of this study is indicating: (1) the brand image and the price has a positive and significant effect to a product purchasing decisions at kedai kopi Nau Singaraja in Udayana street, (2) the brand image has a positive and significant effect to a product purchasing decisions at kedai kopi Nau Singaraja in Udayana street and (3) the price has a positive and significant effect to a product purchasing decisions at kedai kopi Nau Singaraja in Udayana street.

Keywords : *Brand Image, Price, Purchasing Decisions*