

ABSTRAK

INDAH AYU LESTARI, Pengaruh Harga Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. (Dibimbing oleh Eka Bertuah).

Tujuan penelitian ini untuk melihat bagaimana pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Citra Merek, bagaimana pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, bagaimana pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek dan bagaimana pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden. Responden penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Jenis Analisis yang digunakan adalah *Path Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan berpengaruh secara positif dan signifikan antara Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Citra Merek, adanya pengaruh positif dan signifikan Lokasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, adanya pengaruh negatif Harga terhadap Keputusan Pembelian, adanya pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek dan adanya pengaruh Lokasi terhadap keputusan Pembelian melalui Citra Merek Universitas Esa Unggul di wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Kata Kunci: Harga, Lokasi, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

INDAH AYU LESTARI, Effect of Location Prices on Purchase Decisions Through Brand Image. (Supervised by Eka Bertuah).

The purpose of this study was to see how the influence of Price and Location on Brand Image, how the influence of Price and Location on Purchase Decisions, how the brand image influences the purchase decision, how the price influences the Purchase Decision through Brand Image and how the Location influences the Decision Making through Brand Image . The number of samples used in this study were 160 respondents. Respondents of this study were Esa Unggul University students of the Faculty of Economics and Business in the Kebon Jeruk area, West Jakarta. The type of analysis used is Path Analysis.

The results showed a positive and significant effect between Price and Location influence on Brand Image, the presence of positive and significant influence on Location and Brand Image on Purchase Decisions, the negative influence of Price on Purchase Decisions, the influence of Price on Purchase Decisions through Brand Image and influence Location of Purchasing Decision through Esa Unggul University Brand Image in Kebon Jeruk, West Jakarta.

Keywords: Price, Location, Brand Image and Purchasing Decision