

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Harga Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek sebagai Variabel Intervening pada Develover Citra Raya Tangerang
(Dibimbing oleh Ir. Jatmiko, MM, MBA)
Nama : Dina Rodiah
Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening pada Developer Citra Raya Cikupa Tangerang Banten. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari harga, dan lokasi, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian, dan variabel intervening yaitu citra merek

Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah sampel purposif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel berjumlah 150 responden yang berasal dari 25 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah masyarakat di wilayah Jabodetabek yang akan melakukan pembelian rumah, atau masih berencana melakukan pembelian rumah di Citra Raya. Metode analisis yang digunakan adalah Path analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga terhadap keputusan pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel mediasi atau intervening dapat meningkatkan pengaruh variabel Harga terhadap variabel Keputusan Pembelian atau pengaruh tidak langsung lebih berpengaruh dibandingkan pengaruh langsung, sedangkan Lokasi terhadap keputusan pembelian melalui Citra Merek sebagai variabel mediasi atau intervening tidak dapat meningkatkan pengaruh variabel Lokasi terhadap variabel Keputusan pembelian atau pengaruh langsung lebih berpengaruh dibandingkan pengaruh tidak langsung

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

ABSTRACT

Title : *Effect of Price and Location on Decisions Purchase through Brand Image as Variable intervening on Developer Citra Raya Tangerang (Supervised by Ir. Jatmiko, MM, MBA)*

Name : Dina Rodiah

Study Program : Management

This study aims to determine the effect of price and location on purchasing decisions through brand image as an intervening variable on the Developer Citra Raya Cikupa Tangerang Banten. In this research the independent variable consists of price, and location, while the dependent variable is the purchase decision, and the intervening variable is the brand image.

The research method used in sampling is a purposive sample in which the population of the sample is 150 respondents from 25 questionnaire statements. Respondents of this study are people in the Greater Jakarta area who will make a house purchase, or are still planning to buy a house in Citra Raya. The analytical method used is Path analysis

.The results showed that the price of purchasing decisions through Brand Image as a mediating or intervening variable can increase the effect of the Price variable on the Purchasing Decision variable or the indirect effect is more influential than the direct effect, while the Location of the purchase decision via Brand Image as a mediating or intervening variable cannot increase the influence of Location variables on the purchase decision variable or direct effect is more influential than the indirect effect

Keywords; *Price, Location, Purchase Decision and Brand Image*