

## ABSTRAK

Judul :Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Coklat Batang Cadbury (Studi Kasus di Wilayah Cengkareng, Jakarta Barat).  
Nama : Arya Pratama  
ProgramStudi : S-1Manajemen  
Pembimbing : Tantri Yanuar Rahmat Syah

Adanya peluang besar bagi pertumbuhan bisnis yang semakin ketat. Menuntut perusahaan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dan menetapkan strategi dengan memperhatikan Harga dan Citra Merek terhadap Minat Beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli pada Coklat batang Cadbury di Wilayah Cengkareng, Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh responden yang Mengkonsumsi Coklat batang Cadbury yang jumlahnya tidak diketahui.

Sampel dalam penelitian ini 150 responden, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM), Pengolahan data menggunakan *software LISREL 8.70*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Citra Merek, Citra Merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli, Harga berpengaruh terhadap Minat Beli.

Kata Kunci :Harga, Citra Merek, Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*Title : The Influence of Price and Brand Image on Purcahse Intention Cadbury Chocolate Bars (Case Study in Cengkareng Area, West Jakarta). (Supervisor Tantri Yanuar Rahmat Syah)*

*Name : Arya Pratama*

*Study program : S-1 Management*

*There are great opportunities for tighter business growth. Demand that companies act quickly and appropriately in the face of competition and determine strategy by paying attention to Brand Price and Image of Purchase Intention. This study aims to determine the effect of Price and Brand Image on Purchase Intention in Cadbury Chocolate bars in the Cengkareng Region, West Jakarta. The population in this study were all respondents who consumed the unknown amount of Cadbury chocolate bar.*

*The sample in this study was 150 respondents, using purposive sampling technique. This study uses the Structural Equation Modeling (SEM) method, data processing using LISRER 8.70 software. The results of this study show that Price influences Brand Image, Brand Image has no effect on Purchase Intention, Price influences Purchase Intention.*

*Keywords: Price, Brand image, Purchase intention.*