

## ABSTRAK

HAFIZ HADI NUGRAHA, Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Intensi Pembelian Sirup ABC di Jakarta Barat (dibimbing oleh I'in Endang Mardiani).

Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Citra merek yang baik adalah salah satu keunggulan produk untuk menarik konsumen. Selain itu harga yang terjangkau dengan daya beli konsumen sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap intensi pembelian Sirup ABC di Jakarta Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengambil keputusan untuk membeli Sirup ABC di Jakarta Barat yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang diambil adalah 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sirup ABC di Hypermart Daan Mogot, Hari-Hari Swalayan cabang Kalideres, Carefour Central Park, Carefour Puri Indah Mall dan Carefour Duta Merlin.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (a) terdapat pengaruh citra merek terhadap intensi pembelian Sirup ABC di Jakarta Barat, (b) tidak terdapat pengaruh harga terhadap intensi pembelian Sirup ABC di Jakarta Barat, (c) secara bersama-sama citra merek dan harga berpengaruh terhadap intensi pembelian Sirup ABC di Jakarta Barat.

Kata kunci: citra merek, harga, intensi pembelian.

## ABSTRACT

HAFIZ HADINUGRAHA, *influence of brand image and price on purchase intention ABC syrup in West Jakarta (under advisory by I'in Endang Mardiani).*

*This study aimed to determine the effect of brand image and price on purchase intention ABC syrup in West Jakarta. The population in this study is that consumers intention to buy syrup ABC in West Jakarta whose number is not known. Samples taken were 100 respondents. Respondents in this study is that consumers who make purchases ABC syrup at Hypermart Daan Mogot, Hari-Hari Swalayan cabang Kalideres, Carefour Central Park, Carefour Puri Indah Mall and Carefour Duta Merlin.*

*From the results of this study concluded that: (a)there is an influence of brand image on purchase intention, (b)there is not influence price on purchase intention, (c)jointly brand image and price influence on purchase intention.*

*Keyword:* brand image, price and purchase intention.