

ABSTRAK

ADELIN AGUSTINE, Pengaruh *Brand Image* dan Harga terhadap Intensi Membeli Sepatu Converse (dibimbing oleh Endang Ruswanti).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. *Brand image* yang baik adalah salah satu keunggulan produk untuk menarik konsumen untuk membeli. Selain itu, harga yang terjangkau dan sesuai dengan daya beli juga sangat mempengaruhi intensi membeli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan harga terhadap intensi membeli Sepatu Converse secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang mengambil keputusan untuk membeli Sepatu Converse yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel yang diambil adalah 100 responden dengan menggunakan *quota sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i Reguler Universitas Esa Unggul yang melakukan pembelian Sepatu Converse. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas KMO, Uji Reliabilitas *Cronbach Alpha*, Uji Asumsi Klasik, dan Analisis Regresi Linier Berganda.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (a) terdapat pengaruh *brand image* terhadap intensi membeli Sepatu Converse, (b) terdapat pengaruh harga terhadap intensi membeli Sepatu Converse, (c) secara bersama-sama *brand image* dan harga berpengaruh terhadap intensi membeli Sepatu Converse. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menguji variabel *Brand Image* dan Harga, serta sampel ditentukan dengan menggunakan *quota sampling*. Disarankan, untuk penelitian selanjutnya menggunakan dan menambahkan variabel lainnya yang mempengaruhi intensi membeli.

Kata kunci: *brand image*, harga, intensi membeli.

ABSTRACT

ADELIN AGUSTINE, *influence of brand image and price on purchase intention Converse shoes (under advisory by Endang Ruswanti).*

There are several factors affecting consumers in making the decision to buy a product. A good brand image is one of the hallmarks of products to attract consumers to buy. In addition, an affordable price and in accordance with the purchasing power is also greatly affect consumer purchase intention. This study aims to determine the effect of brand image and price of the intention to buy Converse shoes partially nor simultaneously. The population in this study is that consumers purchase intention to buy Converse shoes in University of Esa Unggul whose number is not known. Samples taken were 100 respondents using quota sampling. Respondents in this study is that students of University of Esa Unggul who make purchases Converse shoes. This study using KMO for validity test, Cronbach Alpha for reliability test, Classical Assumption Test, and Multiple Linier Regression Analysis.

From that results of this study concluded that: (a) there is an influence of brand image on purchase intention, (b) there is an influence price on purchase intention, (c) jointly brand image and price influence on purchase intention. The limitations of this study is only test Brand Image and Price variables, samples taken by using quota sampling. It is suggested, for further research used and add other variables that influence purchase intention.

Keyword: brand image, price, and purchase intention.