

## ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Sinar Karya Halilulik Kab. Belu, Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. Pembimbing 1 (satu) Dr. Damaris Y. Koli, SE.,M.P dan pembimbing 2 (dua) Melvin K. Djami Rane, SE.,MM

Menurut (Kotler, 2008:346) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Citra merek umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada dibenak ingatan konsumen.

Menurut Philip Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Menurut Joko Untoro (2010), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang.

Menurut Tjiptono (2015:22) Keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen yang berbelanja minyak goreng Bimoli pada Toko Sinar Karya Halilulik Kab. Belu

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan teknik mentabulasi hasil penyebaran kuesioner dan menganalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu spss.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng Bimoli dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,263 < 1,661$ ) untuk variabel citra merek (X1) atau  $H_0$  ditolak

dan  $H_a$  diterima, dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,908 > 1,661$ ) untuk variabel Harga ( $X_2$ ) atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Bagi produsen minyak Bimoli agar mempertahankan citra merek yang ada khususnya pada indikator daya tarik karena berdasarkan hasil penelitian indikator daya tarik memiliki nilai indeks yang paling rendah dibandingkan dengan indikator lainnya agar semakin banyak konsumen yang akan membeli produk minyak goreng Bimoli, begitu juga dengan harga, karena berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya, agar melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variable lainnya yang tidak diteliti oleh penulis sehingga dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Contoh variabel yang harus diteliti lebih lanjut yaitu seperti promosi agar dapat mengetahui bagaimana Toko Sinar Karya Kab. Belu mempromosikan barang atau suku produk apa saja yang ada di Toko Sinar Karya Kab. Belu sehingga dapat membuat pembeli lebih memilih membeli di Toko Sinar Karya Kab. Belu dibandingkan toko lainnya.

***Kata kunci : citra merek, harga dan keputusan pembelian***