

## ABSTRAK

**Bayu Kristianto** : “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Baju di Juraga Veros Store Cicalengka”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Juragan Veros Store Cicalengka. Latar belakang penelitian ini berangkat dari tingginya persaingan dalam industri fashion lokal yang menuntut pelaku usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, khususnya dalam aspek penetapan harga dan pencitraan merek. Pemahaman mengenai dua faktor ini menjadi penting karena keduanya dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan Teknik deskriptif asosiatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada 67 responden dari komunitas olahraga di wilayah Cicalengka yang pernah melakukan pembelian di Juraga Veros Store. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Artinya, semakin baik penetapan harga dan citra merek yang dibangun, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pelaku UMKM, khususnya di sector fashion, untuk lebih memperhatikan strategi harga dan pencitraan merek sebagai upaya meningkatkan daya saing dan volume penjualan.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Pemasaran, UMKM