

ABSTRAK

Sabit Herusana (1188020177): “PENGARUH HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU AEROSTREET”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan *brand image* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet. Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna produk sepatu Aerostreet dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis data yang dipakai adalah uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3.584 > 1.99$) dan nilai signifikansi ($0.001 < 0.05$). Kemudian, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($4.396 > 1.99$) dan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$). Harga dan *brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} ($17.593 > 3,09$) dan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$). Nilai *R Square* adalah sebesar 29.6%, sisanya tidak dijelaskan di dalam variabel penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Brand Image, Keputusan Pembelian