

## ABSTRAK

### **Imam Naufal Falih (1158020141) “ Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Air Mineral Merek ADES pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung”**

Pertumbuhan yang semakin pesat dalam Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), Hal ini yang menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar sesama industri AMDK. Dengan banyaknya bermunculan AMDK di Kota Bandung maka semakin beragam pilihan produk AMDK yang diminati oleh masyarakat yang akan mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap suatu merek.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen pada Air Mineral Merek ADES pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Responden dalam penelitian ini berjumlah 123 orang.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, pengujian instrumen data yang digunakan analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, dan uji korelasi. Pengujian hipotesis menggunakan analisis berganda dengan taraf nyata 0,05 (5%). Alat pengolah data yang digunakan yaitu menggunakan software SPSS versi 26

Hasil analisis data penelitian ini dapat diketahui bahwa Brand Image terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan nilai t hitung sebesar 8,959. Variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan nilai t hitung sebesar 1,864. Variabel Brand Image dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan nilai F hitung sebesar 1277,87; nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,954 yang menunjukkan Keputusan Pembelian Konsumen Air Mineral merek ADES pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipengaruhi oleh Brand Image dan Promosi sebesar 95,4% dan sisanya sebesar 4,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci : Brand Image, Harga, Keputusan Pembelian.**