

ABSTRAK

IYAN SOPIAN, NIM 1178020117 : *“Pengaruh Harga dan Brand Image Pada Keputusan Nasabah Berinvestasi di PT Best Profit Bandung. (Studi Kasus Pada Nasabah PT Best Profit Future Bandung yang Berdomisili Rumah dan Tempat Usaha di Wilayah Bandung)”*

Dalam mempersiapkan masa depan yang baik, masyarakat mulai berinvestasi untuk meningkatkan kesejahteraan dan mempersiapkan kehidupan di masa depan. Harga, dan brand image menjadi potensi dan pertimbangan bagi investor dalam mengambil suatu keputusan untuk mengambil investasi sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, sebagaimana tujuan dari investasi adalah untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi di PT Bestprofit Futures Cabang Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukur data. Sampel pada penelitian ini yaitu Nasabah di PT Bestprofit Futures Cabang Bandung sebanyak 43 Responden.

Hasil penelitian menunjukkan variabel harga (X_1) sebesar 0,394 dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel harga bernilai positif menyatakan bahwa apabila semakin tinggi harga maka semakin meningkatkan keputusan nasabah dalam berinvestasi. Kemudian Variabel brand image (X_2) sebesar 0,341 dengan kata lain nilai koefisien regresi untuk variabel brand image bernilai rendah menyatakan bahwa apabila brand image rendah maka akan menurunkan keputusan nasabah dalam berinvestasi di PT Bestprofit Futures Cabang Bandung. Dan didukung dengan pengalaman peneliti secara real di lapangan selama 4 tahun di PT Bestprofit Futures Cabang Bandung para investor lebih tertarik dengan perkembangan harga yang mereka representasikan untuk nilai tambah di masa depan. selain itu pola pemasaran B to B / persen to persen tidak menggunakan media publik secara masif menjadi dasar brand image PT Bestprofit Futures Cabang Bandung tidak terlalu tersosialisasikan kepada para calon investor untuk pengambilan Keputusan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa harga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam berinvestasi di PT Bestprofit futures bandung, kemudian brand image tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam berinvestasi di PT Bestprofit Futures Cabang Bandung.

Kata Kunci: *Harga, Brand Image, Keputusan Nasabah*