

ABSTRAK

Nur Aini , 2024 “ *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia Di Kali Nangkaan Bondowoso* “. Skripsi Jurusan Ekonomi , Fakultas Sosial Humaniora , Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing Bapak Rasidi M.M.

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

Diera globalisasi yang semakin berkembang seperti saat ini persaingan sangatlah tinggi ,salah satunya di tingkat indutri . banyak produsen yang bekerja untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen yang menyebabkan suatu perusahaan harus menempatkan pandangannya terhadap konsumen untuk dijadikan sebagai bahan utama dari berbaga inovasi yang beragam, oleh karena itu seorang produsen di tuntut untuk menciptakan sesuatu hal yang berbeda dari yang lain.

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat , terutama pada perusahaan yang sejenis sehingga menuntut suatu perusahaan untuk semakin bergerak dalam hal menarik konsumen . sehingga dalam penerapan konsep pemasaran suatu perusahaan perlu memperhatikan beberapa factor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian . ada beberapa factor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain: kualitas produk , harga , brand image , dan promosi. Namun agar menjadi efektifitas dan efesensi pasar ada baiknya para pelaku bisnis memperhatikan kualitas produk dengan cara apapun. Sehingga pelaku bisnis mengetahui tentang informasi terakait dengan apa yang konsumen minati dan konsumen butuhkan .

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif , dan teknik pengambilan sampelnya menggunakan Teknik Random sampling . Analisis desriktif ,uji reabilitas serta regresi linear berganda dengan tingkat signifikasi 5%. Teknik pengolahan datanya menggunakan SPSS 20. Hasi penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel x1 (brand image) memiliki nilai $T_{hitung} (- 0058) < T_{tabel} (1,692)$ dan nilai $sig > 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Brand image terhadap keputusan pembelian Es Teh Indonesia di kecamatan Nangkaan Bondowoso , yang artinya hiipotesis kedua ditolak . sedangkan Variabel x2 (harga) memiliki nilai $T_{hitung} (0,768) < T_{tabel} (1,692)$ dan memiliki nilai $sig 0,048$. karena nilai $sig > 0,05$,artinya tidak dapat pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan pembelian es teh Indonesia di kecamatan Bondowoso , yang artinya hipotesis ketiga ditolak.