

ABSTRAK

Shandrya Victor Kamanda, NPM 11.832.0080 : “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan”. Dibawah bimbingan (Drs. Patar Marbun, MSi sebagai Pembimbing I dan Ahmad Prayudi, SE, MM sebagai Pembimbing II).

Dengan semakin berkembangnya bisnis air mineral di Indonesia, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Tujuan penelitian ini adalah apakah ada pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. Citra merek adalah bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya. Sedangkan harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 yang berjumlah 254 mahasiswa dan penulis meneliti jumlah sampel sebanyak 72 mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa dengan membagikan kuesioner pada responden yang dijadikan sampel pada penelitian dan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji statistik yang menggunakan model analisa regresi linear berganda dengan menggunakan *Software SPSS Versie 22*.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan meningkat apabila citra merek dan harga akan produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan kualitas yang baik. Karena citra merek dan harga memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian