

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian, pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu Converse di kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Angkatan 2016-2019 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, juga sebagai bahan masukan untuk lebih meningkatkan kualitas produk dalam meningkatkan penjualan perusahaan Converse.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 184 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis inferensial.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan, *Citra Merek dan Harga* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian Sepatu converse dengan F hitung yang lebih besar dari F tabel ( $227,398 > 2,65$ ) dan dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil uji hipotesis secara *pearson product moment*, bahwa Citra Merek, Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai Sig. (2-tailed) ( $0,000 < 0,05$ ). Dan dengan koefisien determinasi dari hasil uji hipotesis, didapatkan R *square* yaitu 0,715. Dengan hal tersebut, maka Citra Merek dan harga pada Sepatu converse di Kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip) Universitas Sangga Buana YPKP Bandung mampu menjelaskan Keputusan Pembelian sepatu Converse sebesar 71,5% dan sisanya 28,5% dipengaruhi oleh faktor -faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan Citra Merek Sepatu Converse pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Fisip) Universitas Sangga Buana YPKP Bandung Universitas Sangga Buana YPKP terhadap keputusan Pembelian sudah masuk ke dalam kategori penilaian yang baik.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of brand image on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions, and the influence of brand image and prices on purchasing decisions for Converse shoes among students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP) 2016-2019 Sangga Buana University YPKP Bandung. , also as input to further improve product quality in increasing sales of the Converse company.*

*This research uses quantitative methods with associative research type. The sample was taken by using probability sampling method, simple random sampling, with a total of 184 respondents. The data analysis technique used is inferential analysis.*

*Based on the results of testing simultaneously, Brand Image and Price have a significant effect on the purchasing decision of Converse shoes with  $F$  count greater than  $F$  table ( $227.398 > 2.65$ ) and with a significance level ( $0.000 < 0, 05$ ). Based on the results of hypothesis testing using the Pearson product moment, that Brand Image, Price has a significant effect on Purchasing Decisions, with the Sig. (2-tailed) ( $0.000 < 0.05$ ). And with the coefficient of determination from the results of the hypothesis test, the  $R$  square is obtained, namely 0.715. With this, the brand image and prices on converse shoes among students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP), University of Sangga Buana YPKP Bandung were able to explain the purchasing decision of Converse shoes by 71.5% and the remaining 28.5% was influenced by factors - other factors which were not examined in this study.*

*The conclusion of this study is that the use of Converse Shoes Brand Image for Students of the Faculty of Social and Political Sciences (FISIP), Sangga Buana University YPKP Bandung, Sangga Buana YPKP University towards purchasing decisions has entered into the good assessment category.*

*Keywords: Brand Image, Price, Purchase Decision*