

PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN HARGA (*PRICE*) TERHADAP MINAT BELI PRODUK *OUTDOOR FASHION TORCH CIWALK*

Penulis:
ICHSAN PRATAMA NURSETIO

Pembimbing:
Deni Hamdani, SE., M.Si

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Harga (*Price*) terhadap Minat Beli pada Pproduk *outdoor fashion Torch*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif verifikatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada *Store Outdoor Fashion Torch Ciwalk* dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 26.4% dengan rincian 18.1% merupakan pengaruh langsung dan 8.3% merupakan pengaruh tidak langsung berdasarkan Harga. Hasil uji hipotesis dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada *Store Outdoor Fashion Torch Ciwalk* dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 16.95% dengan rincian 8.6% merupakan pengaruh langsung dan 8.3% merupakan pengaruh tidak langsung berdasarkan Citra Merek. Hasil uji hipotesis dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variable Citra Merek (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Minat Beli (Y) pada *Store Outdoor Fashion Torch Ciwalk* dengan total pengaruh yang diberikan sebesar 43.4%.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Minat Beli

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON BUYING INTEREST TORCH OUTDOOR FASHION PRODUCT IN CIWALK

Written by:
ICHSAN PRATAMA NURSETIO

Preceptor:
Deni Hamdani, SE., M.Si

ABSTRACT

The aim of this research is to find out the influence of Brand Image and Price to Buy Interest of Torch outdoor fashion product. The researcher used deskriptif verifikatif as a method of the research and distributed questionnaires to obtain the data.

Based on hypothesis test result and coefficient of determination showed that Brand Image variable significantly influence to Buy Interest at Store Torch Outdoor Fashion Ciwalk with contribution of influence given equal to 26.4% with details 18.1% is direct influence and 8.3% is indirect influence based on Price. The result of hypothesis test and coefficient of determination shows that the variable of price has significant effect to the Buy Interest at the Outdoor Torch Store of Fashion Ciwalk with contribution given by 16.95% with 8.6% detail is the direct influence and 8.3% is indirect influence based on Brand Image. The result of hypothesis test and coefficient of determination shows that there is significant influence from Brand Image (X1) and Price (X2) variable to Buy Interest (Y) at Store Torch Outdoor Fashion Ciwalk with total influence given by 43.4%.

Keywords: Brand Image, Price, Buy Interest