

## **ABSTRAK**

**Berliana Anisa, NIM. 3402200484. “Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Optik Tunggal Trans Studio Bandung)”. Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M. M. (Pembimbing 1) dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenali masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dan melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian pada kaca mata di Optik Tunggal Trans Studio Bandung tergolong masih rendah. Hal ini dilihat dari belum terpenuhinya target perusahaan dalam menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Optik Tunggal Trans Studio Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan terdiri dari analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, serta uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Harga dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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