

## **ABSTRAK**

Objek Penelitian ini adalah produk laptop Apple. Subjek Penelitian ini adalah Pengunjung Sumarecon Mall Serpong (SMS) di Gading Serpong Tangerang. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian laptop Apple. Penelitian ini dilakukan terhadap 105 responden dengan menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig. sebesar  $0,440 > 0,05$ . Dapat disarankan Apple harus meningkatkan kreatifitas Citra Merek dan penyesuaian Harga untuk mampu bersaing dengan merek lain.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Terhadap Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*The object of this research is Apple laptop products. The subject of this research was Sumarecon Mall Serpong (SMS) Visitors at Gading Serpong Tangerang. This study is to determine the effect of Brand Image and Price on the Purchase Decision of Apple laptops. This study was conducted on 105 respondents using a quantitative descriptive analysis approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of a linear regression test.*

*The results of this study state that partially the Brand Image variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions with sig values. amounting to  $0.000 < 0.05$ . Price variable does not have a positive and significant effect on Purchase Decisions with sig values. amounting to  $0.440 > 0.05$ . It can be suggested that Apple must increase the creativity of Brand Image and adjust the price to be able to compete with other brands.*

*Keywords:* *Brand Image, Price, Buying Decision.*

