

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK TAS KERJA WANITA ELIZABETH (STUDI KONSUMEN DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh:

MIRANDA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap niat beli pada produk tas kerja wanita Elizabeth (Studi Konsumen di Bandar Lampung). Produk tas kerja wanita Elizabeth dipilih karena merek ini cukup populer di kalangan konsumen, dikenal sebagai pemain lama di industri tas Indonesia dengan harga terjangkau dan citra merek yang positif. Fenomena yang mendasari penelitian ini adalah tren saat ini mengenai fashion sebagai aspek penting saat bepergian, serta penurunan penjualan produk tas kerja wanita Elizabeth, yang sebelumnya dikenal menduduki peringkat pertama dalam Top Brand Index untuk kategori tas kerja wanita. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang didistribusikan secara online kepada 120 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria berdomisili di Bandar Lampung, mengetahui produk tas kerja wanita Elizabeth, dan berniat untuk membeli produk tas kerja wanita Elizabeth. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil menunjukkan bahwa harga dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk tas kerja wanita Elizabeth (Studi Konsumen di Bandar Lampung). Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen yang berniat membeli produk tas kerja wanita Elizabeth akan mempertimbangkan faktor harga dan citra merek dalam melakukan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi landasan bagi merek Elizabeth dalam menetapkan harga yang kompetitif dan mempertahankan kualitas atau keunggulannya guna menjaga citra merek yang positif dari produk tersebut.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, dan Niat Beli

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND BRAND IMAGE ON PURCHASE INTENTION ON ELIZABETH WOMEN'S WORK BAG PRODUCTS (CONSUMER STUDY IN BANDAR LAMPUNG)

By:

MIRANDA

This research determine the effect of price and brand image on purchase intention for Elizabeth women's work bag products (a consumer study in Bandar Lampung). Elizabeth women's work bag products were chosen because this brand is quite popular among consumers, known as a long-standing player in the Indonesian bag industry with affordable prices and a positive brand image. The phenomenon underlying this research is the current trend regarding fashion as an important aspect when traveling, as well as a decrease in sales of Elizabeth women's work bag products, which were previously known to hold the first position in the Top Brand Index for the women's work bag category. This study uses a quantitative approach with a survey method through questionnaires distributed online to 120 respondents. The sampling technique used was purposive sampling with the criteria domiciled in Bandar Lampung, aware of Elizabeth women's work bag products, and having the intention to purchase Elizabeth women's work bag products. Data were analyzed using multiple linear regression with the aid of SPSS. The results show that price and brand image have a significant effect on purchase intention for Elizabeth women's work bag products (Consumer Study in Bandar Lampung). This finding interprets that consumers who intend to buy Elizabeth women's work bag products will consider the factors of price and brand image in making a purchase. Thus, this research can serve as a basis for the Elizabeth brand in setting a competitive price and maintaining its quality or excellence to keep the positive brand image of the product.

Keywords: Price, Brand Image, and Purchase Intention