**ABSTRAK**

Dharma / 22150329 / Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bakmi Karet Foek di Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Bakmi merupakan makanan yang banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Selain praktis, bakmi dapat menjadi pengganti nasi karena mengandung karbohidrat. Banyaknya variasi bakmi dan juga inovasi – inovasi yang membuat bakmi semakin digemari masyarakat sehingga semakin banyak restoran yang menyediakan bakmi di Indonesia. Semakin banyak restoran bakmi yang bermunculan membuat persaingan menjadi semakin ketat. Bakmi Karet Foek merupakan salah satu restoran yang terkenal dikarenakan memiliki harga yang terjangkau dan memiliki porsi yang banyak, dan tetap mempertahankan cita rasa yang mereka tawarkan kepada konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bakmi Karet Foek di Kelapa Gading Jakarta Utara.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori-teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Teori-teori tersebut meliputi : Teori Citra Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek dan harga, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Objek penelitian ini adalah Bakmi Karet Foek di Kelapa Gading Jakarta Utara. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Bakmi Karet Foek di Kelapa Gading Jakarta Utara, dimana teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *judgemental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner melalui media *Google Form* kepada 120 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, dan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel citra merek dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin baiknya citra merek dan harga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila citra merek semakin baik, dan harga yang ditetapkan sudah sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan, maka pelanggan juga akan semakin puas.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian.