

## **INTISARI**

Pada akhir tahun 2019, munculnya Corona Virus Disease atau COVID-19 di China dan masuk ke Indonesia pada Maret 2020. Virus ini menyerang saluran pernapasan pada manusia yang akhirnya mewajibkan masyarakat untuk memakai masker agar dapat mencegah penularan COVID-19. Hal tersebut membuat masyarakat untuk selalu membeli masker agar mencegah terjadinya penularan. Salah satu merek masker yang dapat mencegah penularan virus yaitu masker bedah karena masker tersebut merupakan masker bedah. Dalam membuat keputusan pembelian ada beberapa faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen, diantaranya yaitu citra merek dan harga.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa pengaruhnya citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian masker bedah sensu di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Indonesia dan memiliki sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang didapatkan berasal dari kuesioner yang nantinya jawaban tersebut akan diolah melalui software SPSS. Hasil dari penelitian ini bahwa citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $\alpha = 5,467$  dan  $\beta = 0,423$ . Kemudian harga juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $\alpha = 6,155$  dan  $\beta = 0,549$ . Variabel citra merek dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 51,5%.

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

## ABSTRACT

*At the end of 2019, the emergence of Corona Virus Disease or COVID-19 in China and entered Indonesia in March 2020. This virus attacks the respiratory tract in humans which ultimately obliges people to wear masks in order to prevent transmission of COVID-19. This makes people always buy masks to prevent transmission. One of the mask brands that can prevent virus transmission is the Sensi mask because the mask is a surgical mask. In making purchasing decisions, there are several factors that consumers consider, including brand image and price.*

*This study aims to analyze how much influence the brand image and price have on the decision to purchase sensu surgical masks in Indonesia. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The population in this study were all Indonesians and had a sample of 100 respondents using purposive sampling technique. The data obtained came from a questionnaire which later the answers would be processed through SPSS software. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions with a value of  $\alpha = 5.467$  and  $\beta = 0.423$ . Then the price also has a positive and significant effect on purchasing decisions with a value of  $\alpha = 6.155$  and  $\beta = 0.549$ . Brand image and price variables have a simultaneous influence on purchasing decisions with a value of 51.5%.*

**Keywords:** *Brand Image, Price, and Purchase Decision*