

ABSTRAK

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang mendapat banyak perhatian di kalangan masyarakat. Konsumen saat ini diberikan berbagai pilihan produk untuk memutuskan yang mana akan dibeli sesuai dengan minat dan kebutuhan masyarakat. Disisi lain, perusahaan fesyen berlomba-lomba dalam menarik konsumen dengan strateginya masing-masing. Beberapa factor yang mempengaruhi minat konsumen adalah merek dan harga yang ditetapkan. Perusahaan yang memiliki *Brand Image* dan harga yang baik akan meningkatkan pembelian konsumen di suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan harga terhadap proses keputusan pembelian pada Wormhole Store Bandung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang dengan populasi seluruh individu yang pernah menggunakan produk Wormhole dan melakukan pembelian baik secara offline maupun online. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Brand Image* memiliki persentase sebesar 73,7% dengan kategori baik, variabel harga memiliki persentase sebesar 74,2% dengan kategori baik dan variabel keputusan pembelian memiliki persentase sebesar 74,1% dengan kategori baik Kesimpulan penelitian ini adalah *Brand Image* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Wormhole Store dengan persentase sebesar 66,1% dan sisanya 33,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan dengan semakin baik *Brand Image* dan harga yang dimiliki oleh Wormhole maka akan semakin baik juga pembelian konsumen pada Wormhole Store.

Kata kunci : *Brand Image*, Harga, Proses Keputusan Pembelian