

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *KOSMETIK*
WARDAH DI GERAI RAMAYANA PASAR KEBAYORAN LAMA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen- Strata I



OLEH :

NAMA : PINA ERNAWATI

NIM : 041601503125101

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *KOSMETIK*
WARDAH DI GERAI RAMAYANA PASAR KEBAYORAN LAMA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI**

Program Studi Ekonomi Manajemen –Strata 1



OLEH :

NAMA : PINA ERNAWATI

NIM : 041601503125101

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2021

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON
PURCHASE DESIGN FOR WARDAH COSMETIC PRODUK AT
RAMAYANA OUTLETS KEBAYORAN LAMA MARKET**

THESIS

Management Study Program – S1



Arranged by :

NAME : PINA ERNAWATI

NIM : 041601503125101

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

JAKARTA

2021

**INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON
PURCHASE DESIGN FOR WARDAH COSMETIC PRODUK AT
RAMAYANA OUTLETS KEBAYORAN LAMA MARKET**

THESIS

Submitted as One of the Requirements for Getting a Title

**BACHELOR OF MANAGEMENT
Management Study Program – S1**



Arranged by :

NAME : PINA ERNAWATI

NIM : 041601503125101

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Gerai ramayana Pasar Kebayoran Lama. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian kosmetik wardah dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain Penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan simple random sampling. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, Uji F, uji t dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 22. Hasil menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Kualitas Produk (X1) dan Harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) sedangkan Citra Merek(X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R² sebesar 67,2% terhadap Keputusan Pembelian (Y), sedangkan sisanya sebesar 32,8% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of the product, brand image and price of the decision to purchase Wardah cosmetic products at Ramayana outlets the Kebayoran Lama market. The population in this study were all consumers who purchase Wardah cosmetics and the sample in this study amounted to 100 respondents. This research design uses the causal method. The sampling technique uses simple random sampling. The data collection method uses primary data and secondary data. The analysis method in this research is multiple linear analysis, F test t test and determination coefficient test with the help of SPSS 22 software. The results show that partially (t test) Product Quality (X1) and Price (X3) have a significant effect on Purchasing Decisions. (Y) while Brand Image (X2) has no significant effect on Purchasing Decisions (Y). Simultaneously (F test) shows that there is a significant influence between the variables of Product Quality (X1), Brand Image (X2), Price (X3) on Purchasing Decisions (Y). And the contribution of all independent variables Adjusted R² is 67.2% to the Purchase Decision (Y), while the remaining 32.8% is explained by other unknown factors or variables that are not included in the study.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price and Purchase Decision