

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKE UP WARDAH**

(Studi Kasus Toko Desi Kosmetik di Mean Pondok Rajek)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKE UP
WARDAH**

(Studi Kasus Toko Desi Kosmetik di Mean Pondok Rajek)
SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA MANAJEMEN
Program Studi Manajemen Strata-1**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
BRAND IMAGE ON MAKE UP WARDAH PURCHASE
DECISIONS**

(case study of desi cosmetics shop in Mean Pondok Rajek)

THESIS

The Study Program: Management



**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2021**

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
BRAND IMAGE ON MAKE UP WARDAH PURCHASE
DECISIONS**

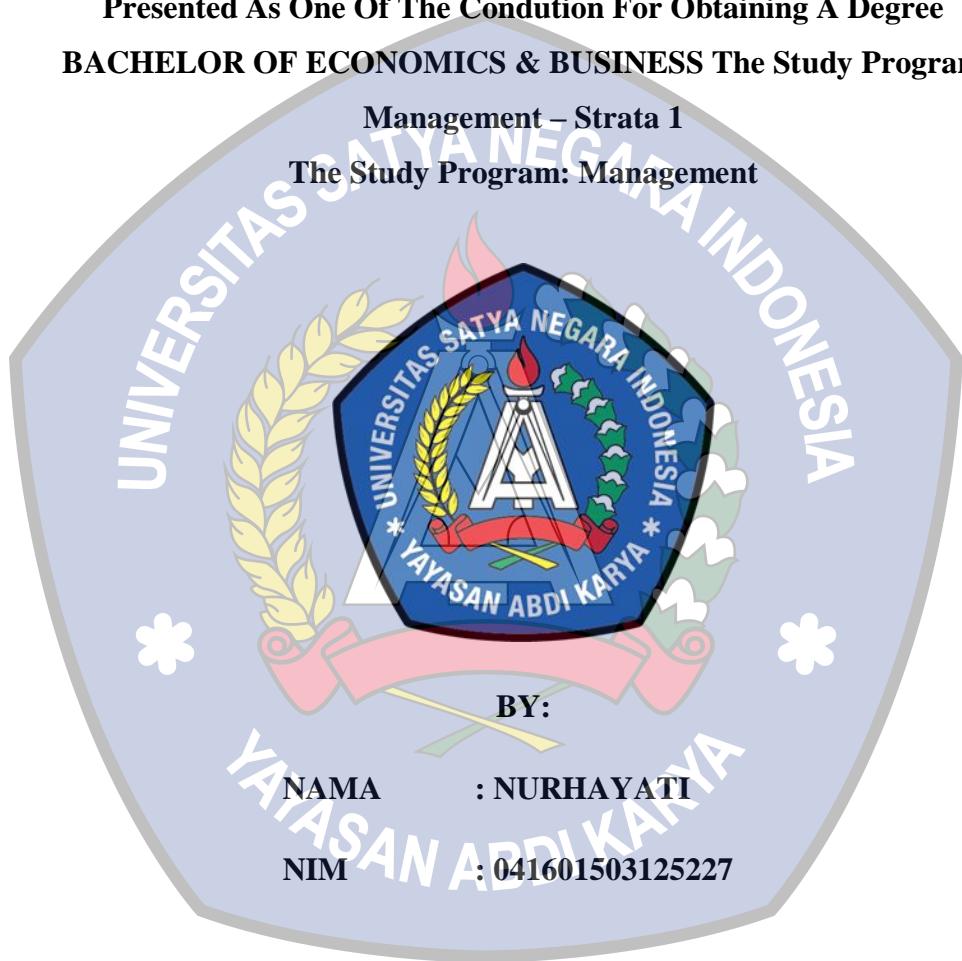
(case study of desi cormetics shop in Mean Pondok Rajek)

THESIS

**Presented As One Of The Condution For Obtaining A Degree
BACHELOR OF ECONOMICS & BUSINESS The Study Program**

Management – Strata 1

The Study Program: Management



**FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian make up wardah di Toko Desi Mean Pondok Rajek. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di Toko Desi Mean Pondok Rajek dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain penelitian ini menggunakan metode kausal. Teknik sampling menggunakan accidental sampling. Metode penggumpulan data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, uji F, uji t dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) kualitas produk (X_1), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y) dan harga (X_2), tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y), citra merek (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Secara simultan (uji F) Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Citra Merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas Adjusted R² Sebesar 72,3% terhadap keputusan pembelian (Y), Sedangkan sisanya sebesar 27,7% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on the decision to purchase Wardah make-up at the shop at Desi Mean Pondok Rajek. The population in this study were all consumers who made purchases at the shop Desi Mean Pondok Rajek and the sample in this study amounted to 100 respondents. This research design uses the causal method. The sampling technique uses accidental sampling. The data collection method in this research is multiple linear regression 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 (X_1), has a significant effect on purchasing decisions (Y) and price (X_2), have no significant effect on purchasing decisions (Y), brand image (X_3) has a significant effect on purchasing decisions (Y). Simultaneously (F test) shows that there is a positive and significant impact on the variable product quality (X_1), Price (X_2), Brand Image (X_3) on purchasing decisions (Y). And the contribution of all independent variables Adjusted R² is 72.3% towards purchasing decisions (Y), while the remaining 27.7% is explained by factors or other variables that are unknown and are not included in this study.

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