

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di Jakarta Barat. Objek penelitian ini adalah pengguna produk Oriflame di Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 120 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan kausal. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame di Jakarta Barat.

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



ABSTRACT

The research proposed to identify the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions Oriflame product in West Jakarta. The research object is oriflame customers in West Jakarta. The research in 120 respondents is conducted by descriptive and casual approaches. However, the data analysis that used is statistics analysis on double linear regression examination.

This research showed that brand gives a positive influence to customers for deciding when they want to buy oriflame product. Product quality gives positive influences significantly to oriflame products in West Jakarta

Keywords : Brand Image, Product Quality, Price and Purchasing Decisions

