

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand Image, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk lipstik Wardah. Objek penelitian ini dilakukan terhadap pengunjung di Mall Jakarta Barat dengan mengambil 165 sample menggunakan deskriptif kuantitatif dan analisis yang digunakan adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan Brand Image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of brand image, product quality, and price perception on purchasing decisions on Wardah lipstick products. The object of this research are visitors at West Jakarta Mall by taking 165 samples using quantitative-descriptive approach and the analysis used was Partial Least Square (PLS) analysis. The results of this research showed that product quality variables had a positive and significant effect on purchasing decisions. Price perception variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. And brand image has a negatif and not significant effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, product quality, price perception, purchasing decison



UNIVERSITAS
MERCU BUANA