

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik *Make Over* di Jakarta Barat. Subjek pada penelitian ini adalah pembeli yang ingin membeli produk *Make Over*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 140 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



ABSTRACT

This study is to determine the effect of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions (Studies on the purchase of Make-over Cosmetics in the West Jakarta area). The subjects in this study are buyers who want to buy Make Over products. The sample used in this study were 140 respondents. The sampling technique used was convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. Analysis of the data used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that Brand Image has a significant positive effect on Purchase Decisions, Price has no significant negative effect on Purchase Decisions, and Product Quality has a significant positive effect on Purchase Decisions.

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

