

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada kosmetik Sariayu Cileungsi Bogor. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja kosmetik Sariayu yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang sudah menggunakan produk kosmetik Sariayu sebanyak 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penarikan sampel menggunakan *teknik purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan survey, dengan instrument penelitian adalah kuisisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS v.26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Terdapat berpengaruh positif tetapi tidak signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Dan juga berpengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

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



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, brand image and price of consumer purchase decisions at the Sariayu cosmetics Cileungsi Bogor. The population in this study was all consumers who had shopped at the Sariayu cosmetics which cannot be known in number. The sample used is 100 respondents using a quantitative descriptive approach. The sampling method uses a sampling technique. Methods of data collection using surveys, with research instruments are questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS v.26 application. The result of this research indicate that there is significant influence between product quality and purchase decisions. There is a positive and insignificant influence between brand image and purchase decisions. A positive and significant difference between the price on purchase decisions.

Keywords : Product quality, Brand image, Price, Purchase Decisions

