

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian lipstik Revlon. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna lipstik Revlon yang berdomisili di Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* yang didapat sebanyak 105 responden. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik Revlon.

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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, price perception and brand image on the purchasing decision of Revlon lipstick. The population in this study were Revlon lipstick users who live in Jakarta. Sampling using convenience sampling technique obtained as many as 105 respondents. Data analysis method using Partial Least Square. The results of this study indicate that the variables of product quality, price perception and brand image have a positive and significant influence on the purchasing decision of Revlon lipstick.

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

