

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

By Madeline Alexandra Angelica Barus

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine, analyze, and prove the influence of brand image, product quality, and price on the purchase decision of Somethinc skincare in South Jakarta. The population in this study were consumers of Something skincare in South Jakarta. Furthermore, the sample obtained was 100 respondents and the data was collected through a google form in form of questionnaire. The technique used is purposive sampling with descriptive analysis and inferential analysis. The data is processed using a tool called SmartPLS 4.0. Then, the hypothesis testing that has been obtained from this study is as follows, (1) there is a positive and significant influence between the brand image on purchasing decisions which has an effect of 0.380, (2) there is a positive influence and significant between product quality on purchasing decisions which have an effect of 0.396, (3) there is a positive and not significant effect between price on purchasing decisions which influence 0.112. The contribution from the variable brand image, product quality, and price together amounted to 0.699 or 69.9% while the rest was caused by other factors outside this study.

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE
SOMETHINC DI JAKARTA SELATAN**

Oleh Madeline Alexandra Angelica Barus

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan adanya pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian skincare Somethinc di Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen skincare Somethinc pada Kota Jakarta Selatan. Selanjutnya, sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden dan data dikumpulkan melalui google form yang berbentuk kuesioner. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Data diolah menggunakan alat yang bernama SmartPLS 4.0. Kemudian, uji hipotesis yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut, (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,380, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,396, (3) terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian yang memiliki pengaruh sebesar 0,112. Kontribusi dari variabel citra merek, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama sebesar 0,699 atau 69,9% sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang diluar penelitian ini.

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