

The Influence Of Brand Image, Product Quality, Price on Purchase Cosmetic Sariayu

by Ayu Putri Pratiwi

Abstact

The rapid competition in the cosmetics industry is characterized by an increase in cosmetics companies, where Indonesia is a fairly large market share. This makes many companies in the cosmetics industry in Indonesia, making it one of the contributing factors in making purchasing decisions. This research proves and analyzes the purchase decision of Sariayu cosmetic is influenced by brand image, quality product, and price. The population in this study are consumer Sariayu. Samples were taken as many as 75 respondents with a random sampling method. The collection of data through the distribution of questionnaires with descriptive and inferential techniques, as well as analytical tools is the SmartPLS3.0 (Partial Least Square) method. The results of this study indicate that the variable brand image and product quality significantly influence purchasing decisions while the price variable does not significantly influence purchasing decisions.

keywords: Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase desicion.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu

Oleh Ayu Putri Pratiwi

Abstrak

Pesatnya persaingan pada industri kosmetik ditandai dengan peningkatan perusahaan kosmetik, dimana Indonesia menjadi pangsa pasar yang cukup besar. Hal ini membuat banyak perusahaan pada industri kosmetik di Indonesia, menjadikan salah satu faktor penyebab dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini membuktikan dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian kosmetik Sariayu. Populasi pada penelitian ini yaitu para pengguna kosmetik Sariayu. Sampel yang diambil sebanyak 75 responden dengan metode random sampling. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan teknik deskriptif dan teknik inferensial, serta alat analisis yaitu dengan metode Software SmartPLS3.0 (*Partial Least Square*). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.