

The Effect of Brand Image and Price on Interest in Buying Wardah

Products for Students in DKI Jakarta

By Qonita Taqiyya

Abstract

This research is a quantitative study that aims to analyze the effect of brand image and price on buying interest in wardah products for students in DKI Jakarta. This study uses 100 students in DKI Jakarta as a sample, with a probability sampling method, namely random sampling. Data collection is done through distributing questionnaires using google form. The tool used is PLS (Partial Least Square). The results of the test show that (1) brand image has a positive influence on buying interest with a path coefficient of 0.588. (2) Price has a positive influence on buying interest with a path coefficient of 0.406.

Keywords: brand image, price, buying interest

**Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah
Pada Mahasiswa Di DKI JAKARTA**

Oleh Qonita Taqiyya

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek dan harga terhadap minat beli produk wardah pada mahasiswa di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan 100 mahasiswa di DKI Jakarta sebagai sampel, dengan metode penelitian *probability sampling* yaitu *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*. Alat bantu yang digunakan ialah PLS (*Partial Least Square*) . Hasil dari pengujian diperoleh bahwa (1) citra merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,588. (2) Harga memiliki pengaruh positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,406.

Kata kunci : citra merek, harga, minat beli