

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP CITRA MEREK
SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN
BERLABEL HALAL MEREK “WARDAH”**

(Survey pada mahasiswa di Kota Yogyakarta)

Yuanita Dwi Cahyani

NIM : 141150138

Email : yuanitadwicahyani31@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap citra merek serta dampaknya pada keputusan pembelian produk kecantikan berlabel halal merek “Wardah”. Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa di Kota Yogyakarta yang sudah pernah melakukan pembelian produk kecantikan Wardah. Jumlah responden sebanyak 150 responden. Teknik analisis data menggunakan SEM (Structural Equation Model) AMOS 22.0. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

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