

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE

(Survey pada Mahasiswi UPN “Veteran” Yogyakarta)

Tri Wahyuni

NIM : 141140054

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, Harga, dan Citra merek terhadap Keputusan pembelian pada produk kosmetik maybelline. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 mahasiswi UPN “Veteran” Yogyakarta, pemilihan sampel menggunakan metode *nom probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa Kualitas produk, Harga, dan Citra merek secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian produk kosmetik Maybeline. Kualitas produk, Harga, dan Citra merek secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Maybeline. Kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Maybeline.

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