

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
“WARDAH”**

(Survey Mahasiswi S1 Manajemen UPN “Veteran” Yogyakarta)

NISRINA MIRANDA AGUSTIN

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: Miranda.nisrina@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the influence of brand image, product quality and price perception on consumer satisfaction of Wardah cosmetics products. This research is used as a quantitative method of survey data collection by distributing questionnaires to some of the management students of the Faculty of Economics and Business UPN "Veterans" Yogyakarta who use Wardah cosmetic products. The sampling technique in this study uses non-probability sampling with a sample of 100 respondents. The collected data were analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS 24.0. The results of this study indicate that brand image, product quality and price perception jointly have a significant effect on consumer satisfaction of Wardah cosmetics products. And brand image, quality products and price perception partially have a positive effect on consumer satisfaction of Wardah cosmetics products.

Keyword: citra merek, product quality, price perception customer satisfaction

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
“WARDAH”**

(Survey Mahasiswi S1 Manajemen FEB UPN “Veteran” Yogyakarta)

NISRINA MIRANDA AGUSTIN

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: Miranda.nisrina@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Wardah. Penelitian ini ddigunakan adalah kuantitatif metode survey pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sebagian mahasiswi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan sampel 100 responden. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS 24.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Wardah. Dan citra merek, produk yang berkualitas dan persepsi harga secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Wardah.

Kata kunci : *citra merek, product quality, price perception customer satisfaction*