

ABSTRAK

PUTRI WULANDARI, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Oriflame (Studi Kasus Oriflame Cabang Daan Mogot). (Dibimbing oleh Rojuaniah).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian lipstick Oriflame. Selanjutnya, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian lipstick Oriflame.

Metode *purposive sampling* adalah teknik sampling yang digunakan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama citra merek, harga dan promosi. Harga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

PUTRI WULANDARI, *The influence of brand image, price and promotion on purchasing decision of oriflamme lipstick (case study of branch Oriflame of Daan Mogot). (Supervised by Rojuaniah).*

The purpose of this study is to determine the effect of brand image, price and promotion to decision of purchasing lipstick oriflamme. Furthermore, this study also aims to analyze the factors that dominant influence on purchasing decisions oriflamme lipstick.

The purposive sampling method is the sampling number of hundred respondent. Data analysis techniques used are multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination. The results of this study indicate that brand image, price and promotion affect purchasing decisions simultaneously brand image, price and promotion. The price has the most dominant effect on the purchase decision.

Keywords : Brand Image, Price, Promotion and Purchasing Decisions.