

ABSTRAK

FITRI OKTAVIANTY, penelitian mengenai Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Jakarta Utara yang di bimbing oleh Ibu I'in Endang Mardiani.

Pembahasan hasil penelitian ini dibuat dengan mendeskripsikan jawaban responden sehingga mampu memberikan suatu gambaran menyeluruh mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk kosmetik Oriflame.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi lapangan dengan melakukan *survey* dan studi pustaka. Data primer yang dikumpulkan dari 100 responden melalui penyebaran kuisioner. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah lebih lanjut dengan menggunakan analisis diskriminan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama sangat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan terdapat kecenderungan membeli lagi pada masa akan datang.

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