

ABSTRAK

Tyas Setyorini, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek Product Lipstik Viva di Wilayah Ciledug, Tangerang. (dibimbing oleh R.A.Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui citra merek pada produk lipstik Viva. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 115 responden. Responden penelitian ini adalah wanita yang pernah membeli dan menggunakan produk lipstik Viva di wilayah Ciledug, Tangerang. Metode penelitian ini menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

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

ABSTRACT

Tyas Setyorini, The effect of product quality and price toward the purchasing decision through the brand image on Lipstick Viva product in Ciledug, Tangerang. (Supervised by R.A.Nurlinda).

This study aims to determine the effect of product quality and price toward the purchasing decision through the brand image on Lipstick Viva product. The method used in this study was purposive sampling, the total of respondent are 115 respondent. The responden in this study is the woman had ever buy and use product lipstick Viva in Ciledug, Tangerang. The method of analysis of this study using path analysis. Based on the analysis found that the product quality positive and significant effect on brand image, price positive and significant effect on brand image, product quality positive and significant effect on purchasing decision, price positive and significant effect on purchasing decision, and brand image positive and significant effect on purchasing decision. And then product quality positive and significant effect on purchasing decision throught the brand image and price positive and significant effect on puechasing decision throught the brand image.

Keywords : Product Quality, Price, Brand Image, and Purchasing Decisions