

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of brand image, product quality and price perceptions on purchasing decisions for wardah cosmetics (an empirical study on wardah consumers in Lampung). This research uses descriptive research with a quantitative approach. In this study, data were collected using a questionnaire of 100 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis. The results of multiple linear regression show that brand image, product quality and price perception partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Perceived Price, Purchase Decision*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah (studi empiris pada konsumen wardah di Lampung). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian