

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MADAME GIE**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASING
DECISIONS FOR COSMETIC MADAME GIE PRODUCT***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Madame Gie. Kuesioner didistribusikan kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan bentuk penelitian yaitu deskriptif dan verifikatif. Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa (1) koefisien regresi citra merek bernilai positif 0,297, (2) koefisien regresi harga bernilai positif 0,666. Hasil analisis korelasi ganda menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian, hasil dari koefisien determinasi dapat dijelaskan sebesar 85,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek dan harga sedangkan 14,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and price on purchasing decisions for cosmetic Madame Gie products. Questionnaires were distributed to 100 consumers. The results showed that (1) brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the regression showed that (1) the brand image regression coefficient is positive 0,297, (2) the price regression coefficient is positive. The method used in this study is a kuantitatif with the form of research that is deskriptif and verification. The results of multiple correlation analysis states that there is a very strong relationship between brand image and price on purchasing decisions, the results of the coefficient of determination can be explained by 85,4% of purchasing decisions is influenced by brand image and price while 14,6% is influenced by other factor not examined in thus study.

Keyword: Brand Image, Price, and Purchase Decision.