

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Pengguna Kosmetik Wardah Wilayah Kabupaten Jombang).” yang ditulis oleh Rana Rafika, NIM. 12405173021, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag., NIP. 197512112002122001.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya citra merek mempunyai peranan yang penting untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan perusahaan lain. Adapun indikator keterkaitan yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, dan kualitas produk dalam menentukan tingkat keputusan pembeli oleh pelanggan untuk tetap dapat bertahan dalam pasar persaingan.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui apakah citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari kosmetik merek Wardah. 2) Untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari kosmetik merek Wardah. 3) Untuk mengetahui apakah citra merek dan kualitas produk secara bersama-sama dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari kosmetik merek Wardah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan beberapa metode yaitu: data primer (teknik konsioner, wawancara pihak perusahaan, observasi, studi kepustakaan) dan data sekunder (Data yang tersedia di perusahaan dan sumber-sumber dari internet). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas data, uji asumsi klasik (multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji determinasi, uji hipotesis dan uji analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) citra merek dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk komestik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara citra merk terhadap keputusan konsumen membeli produk komestik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang. 2) kualitas produk dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk komestik wardah atau terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap keputusan konsumen membeli produk komestik wardah pada konsumen Wardah di wilayah Kabupaten Jombang. 3) citra merek dan kualitas produk dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) keempat variabel bebas (citra merek dan kualitas produk) tersebut berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli produk komestik Wardah di wilayah Kabupaten Jombang.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kosmetik Wardah

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions in the Use of Wardah Cosmetics (Case Study on Wardah Cosmetic Users in Jombang Regency)." written by Rana Rafika, NIM. 12405173021, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag., NIP. 197512112002122001.

This research is motivated by the success factor of a company in marketing its products, brand image has an important role to distinguish a product or service from other companies. The linkage indicators used in this study are brand image, and product quality in determining the level of buyer decisions by customers to survive in a competitive market.

The purpose of this study is: 1) to find out if brand image can influence purchasing decisions of Wardah brand cosmetics. 2) To find out if the quality of the product can influence the purchasing decision of the wardah brand cosmetics. 3) To find out if the brand image and skin of the product together can influence the purchasing decision of the brand cosmetics Wardah.

This study uses a quantitative approach. For data collection, researchers used several methods, namely: primary data (conionnaire technique, interview with the company, observation, literature study) and secondary data (data available in the company and sources from the internet). The analytical methods used in this research are normality test of data, classical assumption test (multicollinearity, autocorrelation and heteroscedasticity), multiple linear regression test, determination test, hypothesis test and analysis test.

The results showed that: 1) brand image in this study can be concluded that partially brand image variables have a significant effect on consumer decisions to buy Wardah cosmetic products or there is a positive influence between brand image on consumer decisions to buy Wardah cosmetic products in Jombang Regency. 2) product quality in this study it can be concluded that partially product quality variables have a significant effect on consumer decisions to buy Wardah cosmetic products or there is a positive influence between product quality on consumer decisions to buy Wardah cosmetic products on Wardah consumers in the Jombang Regency area. 3) brand image and product quality in this study it can be concluded that simultaneously (together) the four independent variables (brand image and product quality) affect consumer decisions to buy Wardah cosmetic products in Jombang Regency.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Wardah Cosmetics