

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah (Studi Kasus Konsumen Toko Top Kosmetik Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Arisca Adelia Septiana, NIM. 12402173400 dengan dosen pembimbing bapak Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Kondisi pasar kosmetik di Indonesia saat ini sangat beragam pemainnya dibandingkan lima sampai sepuluh tahun yang lalu. Trend masyarakat yang mulai menyadari pentingnya merawat diri dan menjaga kesehatan kulit menjadikan kosmetik sebagai kebutuhan primer bagi kaum perempuan. Produk-produk kosmetik di Indonesia saat ini sangat beragam tidak hanya produk yang berasal dari luar negeri yang menguasai pasar tetapi juga kosmetik lokal atau brand lokal juga mampu menguasai pasar kosmetik di Indonesia. Brand lokal menawarkan harga yang terjangkau, kualitas yang baik menjadikan produk kosmetik brand lokal menjadi semakin diminati oleh kaum perempuan. Toko Top Kosmetik merupakan toko yang menjual berbagai produk kecantikan terbesar di Kecamatan Ngunut dan menjual berbagai jenis merek produk kecantikan salah satunya yaitu produk wardah. Produk kecantikan wardah menawarkan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau sehingga mampu untuk menarik minat pembeli untuk membeli produk wardah.

Rumusan masalah pada penelitian ini: (1) apakah harga, kualitas produk, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, (2) apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, (3) apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, (4) apakah citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, dan penelitian ini bertujuan untuk (1) menguji harga, kualitas produk, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, (2) menguji harga mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, (3) menguji kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah, dan (4) menguji citra merek mempengaruhi keputusan pembelian produk Wardah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 95 responden yaitu konsumen produk Wardah di Toko Top Kosmetik Desa Kalangan Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung. Pengumpulan data menggunakan angket. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Tahap analisis data meliputi: (1) Uji Validitas. (2) Uji Reliabilitas. (3) Uji Multikolinieritas. (4) Uji Regresi Linier Berganda (5) Uji Hipotesis dan (6) Uji Asumsi Klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan citra merek secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Wardah di Toko Top Kosmetik Desa Kalangan, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung.

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

## ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on the Purchase Decision of Wardah Products (Case Study of Top Cosmetic Shop Consumers in Kalangan Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)" was written by Arisca Adelia Septiana, NIM. 12402173400 Advisor Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I

This research is motivated by The current condition of the cosmetic market in Indonesia is very diverse compared to five to ten years ago. The trend of people who are starting to realize the importance of taking care of themselves and maintaining healthy skin makes cosmetics a primary need for women. Cosmetic products in Indonesia are currently very diverse, not only products originating from abroad that dominate the market but also local cosmetics or local brands as well. able to dominate the cosmetic market in Indonesia. Local brands offer affordable prices, good quality makes local brand cosmetic products more attractive to women. Top Cosmetics Store is a store that sells the largest variety of beauty products in Ngunut District and sells various types of beauty product brands, one of which is Wardah products. Wardah beauty products offer good quality at affordable prices so that they are able to attract buyers to buy wardah products.

The formulation of the problem in this study: (1) does price, product quality, and brand image affect the purchasing decisions of Wardah products, (2) does price affect purchasing decisions for Wardah products, (3) does product quality affect purchasing decisions for Wardah products, (4) does brand image affect purchasing decisions for Wardah products, and this study aims to (1) examine the price, product quality, and brand image affect the purchasing decisions of Wardah products, (2) test the price influencing the purchasing decisions of Wardah products, (3) test the quality of the products affect the purchasing decisions of Wardah products, (4) test the brand image affect the purchasing decisions of Wardah products.

This study uses a quantitative approach with the type of associative research. Sampling in this study using purposive sampling technique. The number of samples in this study were 95 respondents, namely consumers of Wardah products at the Top Cosmetics Shop, Kalangan Village, Ngunut District, Tulungagung Regency. Data collection using a questionnaire. Sources of data used are primary and secondary data. The measurement scale in this study uses a Likert scale. The data analysis phase includes: (1) Validity Test. (2) Reliability Test. (3) Multicollinearity Test. (4) Multiple Linear Regression Test (5) Hypothesis Testing and (6) Classical Assumption Test.

The results showed that price, product quality, and brand image partially and simultaneously had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions for Wardah products at the Top Cosmetics Shop, Kalangan Village, Ngunut District, Tulungagung Regency.

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