

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *LIPSTICK MAYBELLINE***

Oleh

Ni Kadek Tiwik Novitasari, NIM 1917041138

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline*, (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline*, dan (3) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline*. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang merupakan pengguna produk *Lipstick Maybelline* dan objek penelitian penelitian adalah kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline* sebesar 74,3%, sedangkan pengaruh dari variabel lain sebesar 25,7%, (2) ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline* dengan keeratan hubungan sebesar 0,514 dan besar sumbangan pengaruh adalah 26,4%, dan (3) ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *Lipstick Maybelline* dengan keeratan hubungan sebesar 0,470 dan besar sumbangan pengaruh adalah 22,1%.

Kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, dan kualitas produk

***INFLUENCE ON PRODUCT QUALITY AND
BRAND IMAGE IN DECISIONS
PURCHASE OF MAYBELLINE LIPSTICK PRODUCTS***

By

Ni Kadek Tiwik Novitasari, NIM 1917041138

Management

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) the effect of product quality and brand image on purchasing decisions, (2) the effect of product quality on purchasing decisions, and (3) the effect of brand image on purchasing decisions. The research design used in this study is causal quantitative. The research subjects were students of the Ganesha University of Education's S1 Accounting Study Program who were users of Maybelline Lipstick products and the objects of the research were product quality, brand image, and purchasing decisions. The sample in this study amounted to 100 respondents. The data collection method is by using a questionnaire distributed to respondents. The results showed that: (1) there is an effect of product quality and brand image on the decision to purchase Maybelline Lipstick products, (2) there is an effect of product quality on the decision to purchase Lipstick products Maybelline, and (3) there is an influence of brand image on purchasing decisions of Maybelline Lipstick products.

Keywords: brand image, purchasing decisions, product quality.