

THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE  
TOWARDS PURCHASING DECISION OF WARDAH'S PRODUCT

Pragita Shinta Uli Sitorus<sup>1</sup>

---

*ABSTRACT*

*In this research uses a brand image (x1), product quality (x2) and price (x3) as an independent variables. The analysis's method using a multiple linear regression analysis. The sample was used in this research are 100 respondents which took at purposive sampling from Wardah's customer who makes a buying decisions. The data retrieved is the primary data that is the result of respondent's answers on a questionnaire that was distributed. The results of this research that are simultaneous influence of variable brand image, product quality and price on purchasing decision. The result of this research also shows that the variable brand image, product quality and price influence significantly partially against purchasing decision. On the determination test, there is influence of 41,1% of the independent variables (brand image, product quality and price) on the dependent variable (purchasing decisions). Meanwhile, a total of 58,9% is influenced by other variables and not included in the regression analysis.*

*Keyword: brand image, product quality, price, purchasing decisions*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Manajemen Universitas Bakrie

# PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH

Pragita Shinta Uli Sitorus<sup>1</sup>

---

## *ABSTRACT*

Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen citra merek (x1), kualitas produk (x2) dan harga (x3). Metode analisis yang digunakan analisa regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dengan *purposive sampling* dari konsumen Wardah yang melakukan keputusan pembelian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan variabel citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 41,1% dari variabel independen (citra merek, kualitas produk dan harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan, sebanyak 58,9% dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini.

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

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Manajemen Universitas Bakrie