

## ABSTRAK

Anggi Pertama Zhafirah (1158020025): “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Wardah Pada Mahasiswi Manajemen UIN SGD Bandung 2015”.

Seiring perkembangan zaman, kosmetik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi seorang wanita. Keberagaman produk kecantikan yang ada di pasar, ternyata mempengaruhi sikap seseorang dalam memilih produk kecantikan yang sesuai dengan kulitnya dan tidak memiliki resiko atau efek yang berbahaya bagi kesehatan kulit. Konsumen juga menjadikan merek sebagai salah satu pertimbangan penting ketika ingin membeli suatu produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk kecantikan wardah pada mahasiswi manajemen UIN SGD Bandung angkatan 2015, baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *deskriptif verifikatif* dan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sample pada penelitian ini berjumlah 60 responden dengan teknik pengambilan sampel *judgement sampling*.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan citra merek terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil uji korelasi memiliki interpretasi sedang. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan  $t$  hitung yaitu 3,691 lebih besar dari  $t$  tabel yaitu 2,00247. Hubungan harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil uji korelasi memiliki interpretasi sedang. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan  $t$  hitung yaitu 5,293 lebih besar dari  $t$  tabel yaitu 2,00247. Berdasarkan pengujian hipotesis, diketahui bahwa secara simultan citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian para mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Angkatan 2015 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dengan  $f$  hitung yaitu 78,799 lebih besar dari  $f$  tabel yaitu 0,05.

**Kata kunci** : Citra Merek, Harga dan Keputusan pembelian.