

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN UNTUK LIPSTIK WARDAH  
BERDASARKAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFIS DI YOGYAKARTA**

Destalianiko Andikarini  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga pada keputusan pembelian untuk lipstik Wardah berdasarkan karakteristik demografis konsumen di Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya adalah wanita pengguna lipstik Wardah. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji *t-test* sampel independen untuk menguji hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Persepsi kualitas produk berpengaruh positif pada keputusan pembelian lipstik Wardah, (2) Persepsi citra merek tidak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen, (3) Persepsi harga berpengaruh positif pada keputusan pembelian, (4) Terdapat perbedaan persepsi kualitas produk konsumen muslim dibandingkan dengan konsumen non-muslim, tetapi tidak ditemukan adanya perbedaan dalam hal persepsi citra merek dan harga.

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

## ABSTRACT

### **THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE ON PURCHASE DECISION OF WARDAH LIPSTICK BASED ON CONSUMERS' DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS IN YOGYAKARTA**

Destalianiko Andikarini  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta, 2017

This research aims to identify the influence of product quality, brand image, and price on purchase decision of Wardah lipstick based on consumers' demographic characteristics in Yogyakarta. This research is class a quantitative research. The population of the study is female Wardah lipstick users. The number of sample is 100 respondents. The sampling technique applied is purposive sampling. In to assess the instruments, The validity and reliability test are used. The data analysis technique used are multiple linear regression and independent sample t-test to the test the hypotheses.

The results showed that: (1) The perception of product quality has a positive effect on purchase decision of Wardah lipstick, (2) Perception of brand image does not affect consumers' purchase decision, (3) Price perception has a positive effect on purchase decision, (4) There is a difference in product quality perception amongst Moslem and non-Moslem consumers, but no differences are found in terms of brand image and price perception.

Keyword: Quality Product, Brand Image, Price, Purchasing Decision