

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, desain produk terhadap citra merek dan keputusan pembelian, penelitian ini dilakukan di Semarang khususnya yang menggunakan produk kosmetik Pixy, untuk variabel pada penelitian ini adalah variabel independen (kualitas produk, persepsi harga, dan desain produk), variabel dependen (keputusan pembelian), dan citra merek

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kosmetik Pixy di Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 109 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program AMOS 24.0.

Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: kualitas produk, persepsi harga, desain produk, citra merek, keputusan pembelian.