

ABSTRAK

Adanya perkembangan pada industri kecantikan membuat merek kosmetik lokal menjadi lebih berkembang untuk dapat bersaing di pasar. Munculnya Luxcrime sebagai salah satu merek kosmetik lokal yang dapat menarik perhatian konsumen. Persaingan antara kualitas dan juga harga merupakan salah satu alasan sebuah merek dalam bersaing. Sehingga perusahaan harus bisa menerapkan strategi guna menumbuhkan respon yang baik dari konsumen.

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui pengaruh yang muncul melalui kualitas produk, harga, serta citra merek untuk mendorong perasaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling. Pada penelitian ini diuji menggunakan 124 sampel yang didapatkan dari kuesioner dengan kriteria wanita berdomisili di Semarang dan pernah menjadi konsumen Luxcrime. Data yang didapatkan diolah menggunakan analisis SEM dari program AMOS.

Hasil dari pengolahan data penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif terhadap citra merek serta keputusan pembelian. Selain itu pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga Luxcrime harus bisa membuat strategi untuk mengembangkan merek lebih baik lagi guna meningkatkan penjualan.

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