

**PENGARUH HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN LIPSTIK MEREK
WARDAH DI TOKO WARDAH OFFICIAL SHOP
DI APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA**

**Oleh :
Margaretha Sinta Jelita Laia
190311053**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia. Pengaruh antara Harga dan Brand Image akan di analisis secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesiner secara Google Form dengan teknik pengambilan sampel purposive sumpling. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Universitas Sari Mutiara Indonesia yang menggunakan aplikasi Shopee berjumlah 98 orang. Metode anaalisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Brand Image berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Harga dan Brand Image berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Nilai adjusted R square atau nilai Koefisien Determinasi yang menunjukkan bahwa Variabel Harga dan Brand Image dapat menjelaskan Variabel Keputusan Pembelian sebesar 1,33% sedangkan sisanya sebesar 11.3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

**THE EFFECT OF PRICE AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASE
DECISION OF WARDAH OFFICIAL SHOP BRAND LIPSTICK BEAUTY
PRODUCTS IN THE SHOPEE APPLICATION FOR FEMALE
STUDENTS AT SARI MUTIARA UNIVERSITY INDONESIA**

**BY:
MARGARETHA SINTA JELITA LAIA
190311053**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price and Brand Image on purchasing decisions for female student at Sari Mutiara University indonesia. The influence between Price and Brand Image will be analyzed simultaneously on purchasing decisions. The research method used is quantitative method. Data collection technique with purposive sampling technique. The sample in this study were female students at the Sari Mutiara university of Indonesia who used the shopee application with a total of 98 people. The analytical method used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis and hypothesis testing. The result of the research conducted show that the Price variable has a significant effect on purchasing decisions, Brand Image variable has a significant effect on purchasing decisions. Price and Brand Image variables have a significant effect on purchasing decisions. The adjusted R square value or the coefficient of determination indicates that the Price and Brand Image variables can explain the Purchase Decision Variable by 1,33% while the remaining 11,3% is influenced by other variables not included in this study.