

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai pelanggan, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream (studi pada Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi Universitas Stikubank Semarang prodi Manajemen angkatan 2017 sebanyak 179 mahasiswi. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan sebanyak 75 responden dan pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuisisioner dengan menggunakan teknik sensus. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *loading factor*, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* dan uji analisis regresi berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream. Selanjutnya, kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream. Serta, citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian wardah exclusive matte lipcream.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze customer value, product quality and brand image on purchasing decisions for Wardah Exclusive Matte Lipcream (a study conducted by a student at the University of Stikubank Semarang). The population in this study were 179 students at the University of Stikubank Semarang Management study program. The number of samples in this study were 75 respondents and data collection from this study used a questionnaire distribution method using census techniques. The data testing technique used in this study was the validity test with loading factors, the reliability test with alpha cronbach and multiple regression analysis. The results in this study indicate that customer value has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream. Furthermore, product quality has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream. Also, brand image has a significant effect and is positive on the purchase decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream.

Keywords : Customer Value, Product Quality, Brand Image, Purchase

Decision