

ABSTRAK

Di era global saat ini perkembangan dunia usaha semakin pesat, dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam menghadapi pesaingnya. Indonesia memiliki jumlah penduduk yang cukup besar yang menjadi pasar yang sangat potensial bagi industri kosmetik. Salah satu merek kosmetik yang berada di Indonesia adalah Innisfree. Perilaku pengguna kosmetik Innisfree di Indonesia belum dapat dipastikan, dengan itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, harga produk dalam keputusan yang diambil oleh pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan pada produk kosmetik Innisfree menggunakan citra merek dan harga produk sebagai variabel independen dan untuk variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner 400 responden, teknik analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24 *for windows*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan citra merek dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi didapatkan sebesar 61,2% terhadap keputusan pembelian pada produk Innisfree. Sedangkan sisanya 38,8% merupakan faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian, maka Innisfree sebaiknya meningkatkan citra merek, harga produk, dan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga Produk, Keputusan Pembelian, Produk Innisfree.