

ABSTRACT

AURELLIA JUVINA

03013200076

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TOWARD PURCHASE DECISION OF MADAME GIE COSMETICS IN MEDAN'S E-COMMERCE MARKET

In today's world of globalization and rapid technological advancement, companies must exercise caution and diligence in their approach to business competition. It is vital for companies to understand consumer behavior in making product purchase choices to retain their market position and emerge as victorious competitors in their respective markets. It is believed that brands attract and retain customers through an effective product portfolio. Besides, product quality also holds significant importance for companies.

This study takes Madame Gie cosmetics as the main research object because with the increasing number of new cosmetic brands emerging, the business competitiveness has declined. Therefore, this researcher analyzes brand image and product quality as the factors that might affect purchase decision.

Convenient sampling, which involved 96 participants, was the method utilized in this study. Data was collected using questionnaires. The data are analyzed using multiple linear regression methods with SPSS 25.0 software.

All hypotheses proposed in this research are accepted. The results of the research show that brand image and product quality partially has influence on purchase decision and brand image and product quality simultaneously have influence on purchase decision.

It is recommended that Madame Gie needs to reassess the ingredients used in the production of products sold in the market. Besides, Madame Gie also needs to reevaluate the processing of materials used in the production of its products to ensure consistent results. The company also has to conduct deeper research on products that are in high demand in the market, especially in Indonesia, in order to enhance its sales.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

References: 57 (2019-2023)

ABSTRAK

AURELLIA JUVINA

03013200076

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TOWARD PURCHASE DECISION OF MADAME GIE COSMETICS IN MEDAN'S E-COMMERCE MARKET

Di dunia yang dipenuhi globalisasi dan kemajuan teknologi yang cepat saat ini, perusahaan harus berhati-hati dan teliti dalam pendekatan mereka terhadap persaingan bisnis. Sangat penting bagi perusahaan untuk memahami perilaku konsumen dalam membuat pilihan pembelian produk untuk mempertahankan posisi pasar mereka dan muncul sebagai pesaing yang berhasil di pasar masing-masing. Dipercaya bahwa merek menarik dan mempertahankan pelanggan melalui portofolio produk yang efektif. Selain itu, kualitas produk juga memiliki pentingnya yang signifikan bagi perusahaan.

Studi ini mengambil kosmetik Madame Gie sebagai objek penelitian utama karena dengan meningkatnya jumlah merek kosmetik baru yang muncul, daya saing bisnis telah menurun. Oleh karena itu, peneliti ini menganalisis citra merek dan kualitas produk sebagai faktor yang mungkin memengaruhi keputusan pembelian.

Sampel kenyamanan, yang melibatkan 96 peserta, adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Data tersebut dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS 25.0.

Semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan citra merek serta kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Disarankan agar Madame Gie perlu meninjau kembali bahan-bahan yang digunakan dalam produksi produk yang dijual di pasar. Selain itu, Madame Gie juga perlu mengevaluasi kembali pemrosesan bahan yang digunakan dalam produksi produknya untuk memastikan hasil yang konsisten. Perusahaan juga harus melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang produk yang diminati di pasar, terutama di Indonesia, untuk meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci: Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

Referensi: 57 (2019-2023)