

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME

Abstrak

Persaingan pasar yang semakin ketat secara tidak langsung akan mempengaruhi mempertahankan usaha suatu perusahaan di dalam mempertahankan pangsa pasarnya. Perusahaan dituntut untuk mempertahankan citra merek, kualitas produk, harga yang dimiliki dan memahami perilaku pasar sasaran dengan menawarkan produknya yang berkualitas agar dapat menimbulkan minat beli para pelanggan.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk Oriflame di kota Denpasar. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden yang ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli produk Oriflame.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Saran yang diberikan untuk perusahaan; agar terus meningkatkan citra merek, kualitas produk yang dimiliki agar konsumen Oriflame tetap setia terhadap produk-produk Oriflame.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli.

Abstract

The increasingly fierce market competition will indirectly affect the business of a company in maintaining its market share. Companies are required to maintain a brand image, product quality, price and understand the behavior of the target market by offering quality products in order to generate buying interest in customers.

The population of this research is all consumers who use Oriflame products in Denpasar city. The sample in this study amounted to 100 respondents who were determined based on the purposive sampling method. This study aims to determine and analyze the effect of brand image, product quality, and price perception on purchase intention of Oriflame products.

The results of this study indicate that brand image, product quality and price perception have a positive and significant effect on buying interest. Advice given to companies; in order to continue to improve brand image, product quality so that Oriflame consumers remain loyal to Oriflame products.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Intention.