

**PENGARUH HARGA , CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK PINKFLASH
DI BANDAR LAMPUNG**

Diana Ayu Saputri

ABSTRAK

Fenomena maraknya penggunaan kosmetik di kalangan masyarakat, khususnya produk dengan harga terjangkau dan kualitas yang baik, menjadi salah satu tren yang berkembang pesat di Kota Bandar Lampung. Salah satu merek yang cukup populer adalah Pinkflash, yang banyak diminati terutama oleh kalangan muda. Namun, persaingan yang ketat di industri kosmetik menuntut produsen untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik Pinkflash di Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif melalui survei. Sampel penelitian berjumlah 130 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Pinkflash. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan keterjangkauan harga yang sebanding dengan kualitas, citra merek yang kuat, serta kualitas produk yang baik sebelum memutuskan membeli. Oleh karena itu, produsen Pinkflash disarankan untuk terus menjaga strategi harga yang kompetitif, membangun citra merek yang positif, serta meningkatkan kualitas produk agar mampu mempertahankan dan meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Pinkflash

***THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND PRODUCT QUALITY ON
PURCHASING DECISIONS FOR PINKFLASH COSMETICS IN
BANDAR LAMPUNG***

Diana Ayu Saputri

ABSTRACT

The phenomenon of increasing cosmetic use among the public, particularly products with affordable prices and good quality, has become a rapidly growing trend in Bandar Lampung. One popular brand is Pinkflash, which is widely favored, especially among young consumers. However, intense competition in the cosmetic industry requires producers to understand the factors influencing consumers' purchasing decisions. This study aims to know the effect of price, brand image, and product quality on purchasing decisions for Pinkflash cosmetics in Bandar Lampung. This research employed a descriptive quantitative method, using a structured questionnaire as the instrument. The sample consisted of 130 respondents selected through purposive sampling, targeting consumers who had purchased and used Pinkflash products. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The results showed that price, brand image, and product quality had positive and significant effects on purchasing decisions. These findings indicate that consumers tend to consider price affordability in line with quality, a strong brand image, and good product quality before making a purchase decision. Therefore, Pinkflash producers are advised to maintain competitive pricing strategies, build a positive brand image, and continuously improve product quality to retain and increase consumer purchase intentions.

Keywords: *Price, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Pinkflash*