

Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream

Ine Ristiana Aini Putri

Universitas Darma Persada Jakarta, Indonesia

*Email untuk Korespondensi: ine@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Brand Image, dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada produk Pixy Lipcream di Jakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan Pixy Lipcream 2 kali dalam 1 bulan terakhir. Teknik sampel diambil menggunakan rumus non probability dan teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian: bahwa setelah digunakan olah data menggunakan SPSS 27 menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0,669 (66,9%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Diketahui secara positif dan signifikan dilihat dari, nilai signifikansi Brand Image (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai hitung (3,488) > ttabel (1,985). Artinya, Brand Image (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Selanjutnya, nilai signifikansi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai hitung (13,348) > ttabel (1,985). Artinya, Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata kunci:

brand image,
harga,
keputusan pembelian

Keywords:

brand image,
price,
purchase decision

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and price on purchasing decisions for Pixy Lipcream products in Jakarta. This research was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 100 respondents who had used Pixy Lipcream 2 times in the last 1 month. The sampling technique uses a non-probability formula and the analysis technique used is descriptive statistics and multiple linear regression. The results of the study: that after processing the data using SPSS 27, it shows that there is a significant influence between brand image and price on purchase decision, namely 0.669 (66.9%) and the rest is influenced by other variables not examined. known positively and significantly seen from the significance value of Brand Image (X1) on Purchase Decision (Y) of $0.001 < 0.05$ and tcount (3.488) > ttable (1.985). That is, Brand Image (X1) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y). Furthermore, the significance value of Price (X2) on Purchase Decision (Y) is $0.000 < 0.05$ and tcount (13.348) > ttable (1.985). That is, price (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y).

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

PENDAHULUAN

Keinginan tampil segar dan cantik adalah dambaan setiap wanita. wanita selalu ingin terlihat sempurna dan menarik setiap saat. Salah satu cara untuk menunjang penampilan yang menarik adalah dengan menggunakan produk kecantikan. Wanita sebagai konsumen utama dalam produk kecantikan memiliki keinginan membeli yang tinggi. Keinginan menggunakan produk kecantikan menimbulkan persaingan di dunia industri perawatan pribadi dan kosmetik semakin kompetitif. Oleh karena itu, dimana setiap industri perawatan pribadi dan kosmetik dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan yang berkesinambungan.

Berbicara tentang *skin care*, sebanyak 8 dari 10 responden baik perempuan maupun laki-laki mengungkapkan bahwa penggunaan produk *skin care* merupakan bagian dari investasi untuk memperoleh kulit yang lebih sehat di usia yang semakin menua. Produk *skin care* yang paling banyak digunakan ialah produk pencuci wajah atau *facial wash*. Sebesar 72 persen responden perempuan dan sisanya 37 persen responden laki-laki menggunakan jenis produk ini. Sementara di posisi ke-3, produk mata jadi produk yang paling sering digunakan responden dengan persentase sebesar 88 persen. Sama seperti produk bibir, produk mata seperti *eyeshadow* memiliki variasi warna yang beragam dan dapat disesuaikan dengan situasi. Salah satu produk kosmetik yang memiliki banyak peminat adalah pada produk kosmetik untuk pewarna bibir atau biasa disebut lipstik. Bentuk lipstik bermacam-macam yakni ada yang berbentuk padat yang disebut lipstik dan ada yang berbentuk cair atau krim yang disebut dengan lip cream.

Untuk jenis dan fungsi dari lipstik sendiri sangat beragam untuk saat yang sering digunakan oleh para wanita adalah seperti pelembab untuk melembabkan bibir, satin dan sheer yang membuat bibir berkilau, dan matte yang memberi kesan bibir natural. Dari beragam jenis lipstik tersebut, lipstik yang paling digemari pada waktu ini adalah lipstik berbentuk cair atau krim (cream) atau lip cream dengan tekstur matte. Persaingan penjualan untuk lip cream ini sangat ketat. Karena banyaknya produk lipstik serupa yang menawarkan tekstur yang sama namun yang membedakan adalah dari segi kualitas produk, citra merek yang dimiliki dan yang paling menonjol adalah dari segi harganya. Cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualannya adalah dengan inovasi produk sesuai dengan tren pasar yang sedang banyak diminati konsumen.



Gambar 1 n Shade Lip Cream pixy

Sumber: Pixy

Salah satu produk kosmetik yang berkembang pesat di Indonesia yaitu produk kosmetik merek PIXY. PIXY menjadi tren di kalangan konsumen wanita yang ingin tampil cantik dengan pembiayaan yang murah. PIXY merupakan merek kecantikan yang dibuat dengan standarisasi kualitas Jepang. Pengembangan produknya disesuaikan untuk kulit Asia termasuk Indonesia, dikembangkan berdasarkan teknologi Jepang dan materinya dibuat dengan bahan alami yang sangat baik untuk kulit wajah. Keberhasilan produk PIXY juga dapat dilihat dari hasil penjualan di Indonesia yang terus meningkat. Hal ini dapat dilihat dari volume penjualan produk PIXY yang dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan produk PIXY di kalangan konsumen wanita Indonesia cukup signifikan. Peningkatan volume penjualan ini tidak terlepas dari penawaran produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan atribut produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Upaya yang dilakukan Pixy adalah selanjutnya melakukan standarisasi kualitas dan melakukan verifikasi produk ke LPPOM MUI agar dinyatakan sebagai produk Halal. Pixy juga melakukan produksi dengan menggunakan teknologi terbaru dari Jepang. Produk Pixy Lip Cream diproduksi sesuai dengan iklim tropis yang ada di Asia, khususnya Asia Tenggara yakni Indonesia. Lalu untuk tren kecantikannya sendiri menganut pada tren kecantikan yang ada di Tokyo, Jepang. Pixy Lip Cream merupakan pewarna bibir yang berbentuk cair atau krim, bertekstur creamy, lembut, matte dan dengan kandungan yang ada di dalamnya yang terasa ringan di bibir. Untuk daya tahan Pixy Lip Cream sendiri dibuat agar dapat tahan hingga 8 jam dan tidak mudah hilang karena adanya bahan kosmetik yang tahan air (waterproof). Dari segi aroma Pixy Lip Cream terasa khas dan beraroma manis (sweet candy). Komposisi bahan yang ada di dalam Pixy Lip Cream terdiri dari bahan-bahan yang aman dan tidak mengandung bahan paraben. Bahan paraben merupakan bahan pengawet kimia yang sering digunakan untuk kosmetik. Paraben dinyatakan berbahaya karena bahan tersebut dapat memicu pertumbuhan kanker payudara pada kaum wanita.

Perusahaan juga perlu untuk mempertahankan Brand Image dari produk yang dihasilkan. Menurut Kotler dan Keller (2016) Brand Image adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Brand Image merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam

Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream

bentuk pemikiran dan citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek.

Brand image atau Citra merek yang dimiliki Pixy Lip Cream ini tergolong positif dan digemari bagi kaum hawa. Mikha Tambayong yang dijadikan sebagai Brand Ambassador Pixy sendiri menunjukkan bahwa pangsa pasar (market share) Pixy adalah para remaja dan mahasiswa. Tetapi tidak menuntut kemungkinan bahwa wanita dewasa juga gemar menggunakan produk Pixy. Citra merek yang ditonjolkan adalah tingkat daya tahan produk yang lebih baik dari semua lip cream yang ada. Kemasan produk Pixy Lip Cream berwarna hitam dengan aksen kilauan (sparkle). Seperti pada umumnya warna hitam memiliki kesan misterius.

Keputusan pembelian terkadang juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan produk. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Suparyanto dan Rosad (2015:09) harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai dari konsumen yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa. Harga yang murah cenderung disukai konsumen karena mereka dapat lebih berhemat dan menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang lain.

Seperti kalangan mahasiswa pada umumnya yang menyukai produk yang terjangkau dan kualitas bagus. Pixy Lip Cream yang memiliki harga penawaran yang terjangkau juga menjadi alasan mereka untuk memilih dan membeli lip cream dengan merek tersebut. Mahasiswa menyukai Pixy Lip Cream karena harganya yang terjangkau atau sesuai dengan kantong mahasiswa, produk lip creamnya nyaman dipakai dan lumayan dapat bertahan lama.

Untuk proses keputusan pembeliannya para konsumen tersebut mencoba terlebih dahulu lip cream milik teman atau saudaranya, lalu ketika mereka merasa cocok mereka memutuskan untuk membelinya. Para mahasiswa juga memiliki keinginan membeli saat mereka melihat iklan yang ada di televisi dan mencari rekomendasi lip cream murah dengan kualitas yang bagus melalui channel You Tube yaitu channel para Beauty Vlogger. Keputusan pembelian pada tiap-tiap konsumen berbeda. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini berjudul "PENGARUH BRAND IMAGE DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PIXY LIP CREAM". Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Brand Image dan Harga terhadap keputusan pembelian produk lipcream pixy. Untuk mengetahui pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk lipcream Pixy di Jakarta. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen produk lipcream Pixy di Jakarta?

METODE

Waktu penelitian ini dimulai bulan Januari - Agustus 2022 di sekitar wilayah Jakarta pengguna lip cream Pixy. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui kuisioner yang diberikan kepada pengguna lip cream Pixy melalui identitas dan tanggapan responden mengenai, brand image dan harga terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui pengutipan data dan informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan penelitian ini, seperti buku, jurnal, artikel-artikel, dan website dari produk Pixy. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang tinggal di Jakarta, orang yang pernah membeli produk Pixy minimal 2 kali dalam 1 bulan, berusia 17 sampai 35 tahun, dan mempunyai kemampuan untuk memahami dan mengisi kuisioner yang diberikan. Ukuran populasi dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti oleh karena itu, besar sampel yang digunakan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

N = ukuran sampel

z = skor pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95% maka z = 1,96)

Moe = margin of error, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = 96,04 = 96 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100$$

dari hasil perhitungan diatas, diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 100 responden. Jumlah pelanggan yang tidak dapat diperkirakan maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 100 orang (pembulatan dari 96). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *NonProbability*.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah kuisioner. Kuisioner disebarkan oleh peneliti dengan cara menyebarkan lewat google form. Kuisioner bersifat pernyataan tertutup dimana responden cukup menjawab pernyataan yang ada di kuisioner. Apabila ada pernyataan yang tidak dimengerti penulis akan menjelaskannya. Dalam menuliskan jawaban dari setiap pernyataan pada kuisioner, maka digunakan metode skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

Uji Keabsahan Data

Uji Validitas

Teknik dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan bernilai positif, maka item pertanyaan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item pertanyaan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid).
3. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ tetapi bernilai negatif maka H_0 akan tetap ditolak dan H_1 diterima.

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 .

Alat dan Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini variabel independen *Brand Image* (X_1) Dan Harga (X_2) dependen Keputusan Pembelian (Y) pada lipcream Pixy. Analisis ini mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2016:154) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidakteraturan variansi residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variansi berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda adalah dengan melihat grafik scatterplot atau nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Jika tidak ada pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Run Test*. *Run test* merupakan bagian dari statistik non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah acak atau random. *Run test* digunakan

untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). *Run test* dilakukan dengan membuat hipotesis dasar, yaitu:

H_0 : residual (res_1) random (acak)

H_a : residual (res_1) no random (tidak acak)

Asymp. Sig. (2-tailed). merupakan nilai p yang dihasilkan dari uji hipotesis nol yang berbunyi tidak ada perbedaan antara distribusi data yang diujikan dengan distribusi data normal.

Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan uji signifikan, dengan penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) dan penyajian secara simultan (uji F). Hipotesis yang akan diuji dan dibuktikan dalam penelitian ini berkaitan dengan pengaruh variabel-variabel yaitu *Good Corporate Governance* dan profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H_0 : $\beta_1 = 0$

H_a : $\beta_1 \neq 0$

1. Pengaruh *Brand Image* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_{01} : $\beta_1 < 0$, tidak terdapat pengaruh parsial X_1 terhadap Y

H_{a1} : $\beta_1 > 0$, terdapat pengaruh parsial X_1 terhadap Y

2. Pengaruh *Brand Image* (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_{02} : $\beta_2 < 0$, tidak terdapat pengaruh parsial X_2 terhadap Y

H_{a2} : $\beta_2 > 0$, terdapat pengaruh parsial X_2 terhadap Y

3. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_{03} : $\beta_3 < 0$, tidak terdapat pengaruh parsial X_2 terhadap Y

H_{a3} : $\beta_3 > 0$, terdapat pengaruh parsial X_2 terhadap Y

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1) Jika tingkat signifikan $< 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima

2) Jika tingkat signifikan $> 5\%$ H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Jika tingkat signifikan $< 5\%$, H_0 ditolak dan H_a diterima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Brand Image

Tabel 1 Formula pixy lip cream ringan dan mudah diaplikasikan kebibir

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Brand Image (X1)	Sangat Setuju	5	53	265
	Setuju	4	45	180
	Netral	3	2	6
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	451
Rata-Rata				4.51
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 1 jawaban responden tentang formula pixy lip cream ringan dan mudah diaplikasikan ke bibir yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 45 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 2 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,51 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Formula pixy lip cream ringan dan mudah diaplikasikan ke bibir.

Tabel 2 Pixy lipcream mempunyai coverage yang baik sehingga dapat menutupi garis hitam di bibir

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
<i>Brand Image</i> (X1)	Sangat Setuju	5	51	255
	Setuju	4	46	184
	Netral	3	3	9
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	448
Rata-Rata				4.48
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 2 jawaban responden tentang Pixy lipcream mempunyai coverage yang baik sehingga dapat menutupi garis hitam di bibir yang menjawab sangat setuju sebanyak 51 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 3 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,48 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Pixy lipcream mempunyai coverage yang baik sehingga dapat menutupi garis hitam di bibir.

Tabel 3 Pixy Lip Cream bisa menjaga kelembaban bibir dengan baik.

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
<i>Brand Image</i> (X1)	Sangat Setuju	5	56	280
	Setuju	4	42	168
	Netral	3	2	6
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	454
Rata-Rata				4.54
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 3 jawaban responden tentang Pixy Lip Cream bisa menjaga kelembaban bibir dengan baik yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 42 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 2 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,54 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Pixy Lip Cream bisa menjaga kelembaban bibir dengan baik.

Tabel 4 Saya membeli lipcream pixy karena pixy memiliki banyak shade warna

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
----------	---------	---	---	-----

<i>Brand Illmagell (X1)</i>	Sangat Setuju	5	56	280
	Setuju	4	40	160
	Netral	3	4	12
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	452
Rata-Rata			4.52	
Kategori			Sangat Baik	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 4 jawaban responden tentang Saya membeli lip cream pixy karena pixy memiliki banyak shade warna yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 4 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,52 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya membeli lip cream pixy karena pixy memiliki banyak shade warna

Tabel 5 Saya tertarik untuk membeli pixy lipcream karena packaging nya unik berupa bagian atasnya yang transparan

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
<i>Brand Illmagell (X1)</i>	Sangat Setuju	5	51	255
	Setuju	4	46	184
	Netral	3	3	9
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	448
Rata-Rata			4.48	
Kategori			Sangat Baik	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 5 jawaban responden tentang Saya tertarik untuk membeli lip cream karena packaging nya unik berupa bagian atasnya yang transparan yang menjawab sangat setuju sebanyak 51 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 46 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 3 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,48 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat sangat baik tentang Saya tertarik untuk membeli lip cream karena packaging nya unik berupa bagian atasnya yang transparan.

Tabel 6 Saya membeli pixy lipcream karena warnanya cantik dan menarik

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
<i>Brand Illmagell (X1)</i>	Sangat Setuju	5	45	225
	Setuju	4	52	208
	Netral	3	3	9
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0

Jumlah	100	442
Rata-Rata		4.42
Kategori		Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 6 jawaban responden tentang Saya membeli pixy lip cream karena warnanya cantik dan menarik yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 52 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 3 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,42 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya membeli pixy lip cream karena warnanya cantik dan menarik

Tabel 7 Saya selalu puas dengan kualitas yang diberikan oleh pixy

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Brand Illmagell (X1)	Sangat Setuju	5	42	210
	Setuju	4	55	220
	Netral	3	3	9
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Jumlah		100	439
	Rata-Rata			4.39
	Kategori			Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 7 jawaban responden tentang Saya selalu puas dengan kualitas yang diberikan oleh pixy yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 55 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 3 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,39 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya selalu puas dengan kualitas yang diberikan oleh pixy

Harga

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai tanggapan responden mengenai variabel harga yang dijadikan penelitian. Dari hasil pengolahan data, tanggapan responden yang berhubungan dengan variabel harga diwakili dengan 8 pertanyaan adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Saya mudah menemukan produk pixy lipcream dalam marketplace

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	67	336
	Setuju	4	27	108
	Netral	3	5	15
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Jumlah		100	460
	Rata-Rata			4.60
	Kategori			Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 8 jawaban responden tentang Saya mudah menemukan produk pixy lipcream dalam marketplace yang menjawab sangat setuju sebanyak 67 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 7 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 5 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,60 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya mudah menemukan produk pixy lipcream dalam marketplace.

Tabel 9 Pixy lipcream sudah banyak didistribusikan ke kota maupun daerah - daerah di Indonesia

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X ₂)	Sangat Setuju	5	52	260
	Setuju	4	31	124
	Netral	3	10	30
	Tidak Setuju	2	7	14
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	428
Rata-Rata				4.28
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 9 jawaban responden tentang Pixy lipcream sudah banyak di distribusikan ke kota maupun daerah di Indonesia yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 31 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 10 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,28 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Pixy lipcream sudah banyak di distribusikan ke kota maupun daerah di Indonesia.

Tabel 10 Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pixy lipcream

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X ₂)	Sangat Setuju	5	53	265
	Setuju	4	35	140
	Netral	3	8	24
	Tidak Setuju	2	4	8
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	437
Rata-Rata				4.37
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 10 jawaban responden tentang Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pixy lipcream yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 35 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,37 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas pixy lipcream.

Tabel 11 Pixy lipcream sesuai dengan kualitas lipcream merek lain

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	56	280
	Setuju	4	26	104
	Netral	3	10	30
	Tidak Setuju	2	8	16
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	4.30
Rata-Rata				4.30
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 11 jawaban responden tentang Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 26 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 10 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,30 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya.

Tabel 12 Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	56	280
	Setuju	4	32	128
	Netral	3	8	24
	Tidak Setuju	2	4	8
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	440
Rata-Rata				4.40
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 12 jawaban responden tentang Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 32 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,40 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Harga pixy lipcream lebih murah dari produk pesaing lainnya.

Tabel 13 Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	53	265
	Setuju	4	31	124
	Netral	3	9	27

	Tidak Setuju	2	7	14
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	430
Rata-Rata				4.30
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 13 jawaban responden tentang Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau yang menjawab sangat setuju sebanyak 53 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 31 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 9 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,30 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat sangat baik tentang Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau

Tabel 14 Harga pixy lipcream cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	49	245
	Setuju	4	34	136
	Netral	3	13	39
	Tidak Setuju	2	4	8
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	428
Rata-Rata				4.28
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 14 jawaban responden tentang Harga pixy lipcream cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 13 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,28 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Harga pixy lipcream cukup terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diberikan.

Tabel 15 Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Harga (X2)	Sangat Setuju	5	56	280
	Setuju	4	34	136
	Netral	3	8	12
	Tidak Setuju	2	2	4
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	444

Rata-Rata	4.44
Kategori	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 15 jawaban responden tentang Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau yang menjawab sangat setuju sebanyak 56 orang, responden yang menjawab setujusebanyak 34 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,44 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Pixy lipcream memiliki kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau.

Keputusan Pembelian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian yang dijadikan penelitian. Dari hasil pengolahan data, tanggapan responden yang berhubungan dengan variabel keputusan pembelian diwakilkan dengan 15 pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 16

Saya membeli pixy lipcream karena tidak mudah luntur

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	65	325
	Setuju	4	31	124
	Netral	3	4	12
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	4.61
Rata-Rata				4.61
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 16 jawaban responden tentang saya membeli pixy lipcream karena tidak mudah luntur yang menjawab sangat setuju sebanyak 65 orang, responden yang menjawab setujusebanyak 31 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 4 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,61 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya membeli pixy lip cream karena harganya yang relatif murah dibandingkan dengan merek lain yang sejenis.

Tabel 17 Saya membeli pixy lip cream karena harganya yang relative murah dibandingkan dengan merek lain yang sejenis.

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	55	275
	Setuju	4	40	160
	Netral	3	5	15

	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	450
Rata-Rata				4.50
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 17 jawaban responden tentang Saya membeli pixy lip cream karena harganya yang relatif murah dibandingkan dengan merek lain yang sejenis yang menjawab sangat setuju sebanyak 55 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 5 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,50 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya membeli pixy lip cream karena harganya yang relatif murah dibandingkan dengan merek lain yang sejenis.

Tabel 18 Saya membeli pixy lipcream karena sudah dilengkapi dengan (doe foot applicator) yang ramping dan memiliki bulu yang halus.

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	67	335
	Setuju	4	29	116
	Netral	3	4	12
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	463
Rata-Rata				4.63
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 18 jawaban responden tentang saya membeli pixy lipcream karena sudah dilengkapi dengan (doe foot applicator) yang ramping dan memiliki bulu yang halus yang menjawab sangat setuju sebanyak 67 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 29 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 4 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4.63 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya membeli pixy lipcream karena sudah dilengkapi dengan (doe foot applicator) yang ramping dan memiliki bulu yang halus.

Tabel 19 Kemasan pada pixy lipcream bernuansa glamor dengan aksen warna hitam.

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	64	320
	Setuju	4	30	120
	Netral	3	4	12
	Tidak Setuju	2	2	4

Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream

	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	456
Rata-Rata				4.56
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 19 jawaban responden tentang Kemasan pada pixy lipcream bernuansa glamor dengan aksesoris warna hitam yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 30 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 4 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,56 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Kemasan pada pixy lipcream bernuansa glamor dengan aksesoris warna hitam.

Tabel 20 Konsumen dapat menemukan merek pixy dengan mudah di pasaran

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	66	330
	Setuju	4	28	112
	Netral	3	6	18
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	460
Rata-Rata				4.60
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 20 jawaban responden tentang konsumen dapat menemukan merek pixy dengan mudah di pasaran yang menjawab sangat setuju sebanyak 66 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 28 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 6 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,60 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang konsumen dapat menemukan merek pixy dengan mudah di pasaran.

Tabel 21 Saya membeli produk pixy lipcream karena mereknya terkenal

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	59	295
	Setuju	4	27	108
	Netral	3	12	36
	Tidak Setuju	2	2	4
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	443

Rata-Rata	4.43
Kategori	Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 21 jawaban responden tentang saya membeli produk pixy lipcream karena mereknya terkenal yang menjawab sangat setuju sebanyak 59 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 27 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 12 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,43 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya membeli produk pixy lipcream karena mereknya terkenal.

Tabel 22 Saya suka membeli produk pixy lipcream di e-commerce

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	64	320
	Setuju	4	27	108
	Netral	3	7	21
	Tidak Setuju	2	2	4
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	453
Rata-Rata				4.53
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 22 jawaban responden tentang Saya suka membeli produk pixy lipcream di e-commerce yang menjawab sangat setuju sebanyak 64 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 27 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 7 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,53 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya suka membeli produk pixy lipcream di e-commerce.

Tabel 23 Saya suka membeli produk pixy lipcream di toko langsung

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	58	290
	Setuju	4	28	112
	Netral	3	13	39
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	443
Rata-Rata				4.43
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 23 jawaban responden tentang Saya suka membeli produk pixy lipcream di toko langsung yang menjawab sangat setuju sebanyak 58 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 28

orang, responden yang menjawab netral sebanyak 13 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,43 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya suka membeli produk pixy lipcream di toko langsung.

Tabel 24 Saya suka membeli 2 atau lebih pixy lipcream apabila terdapat harga promosi

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	62	310
	Setuju	4	23	92
	Netral	3	11	33
	Tidak Setuju	2	4	8
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	443
Rata-Rata				4.43
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 24 jawaban responden tentang saya suka membeli 2 atau lebih pixy lipcream apabila terdapat harga promosi yang menjawab sangat setuju sebanyak 62 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 23 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 11 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,43 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya suka membeli 2 atau lebih pixy lipcream apabila terdapat harga promosi.

Tabel 25 Saya membeli pixy lip cream sesuai dengan keinginan saya

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	49	245
	Setuju	4	37	148
	Netral	3	11	33
	Tidak Setuju	2	3	6
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	432
Rata-Rata				4.32
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 25 jawaban responden tentang Saya membeli pixy lip cream sesuai dengan keinginan saya yang menjawab sangat setuju sebanyak 49 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 37 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 11 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,32 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya membeli pixy lip cream sesuai dengan keinginan saya.

Tabel 26 Saya melakukan pembelian Kembali pixy lip cream sesuai dengan kebutuhan saya

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan	Sangat Setuju	5	57	285

Pellmbelllillan (Y)	Setuju	4	34	136
	Netral	3	8	24
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	447
Rata-Rata			4.47	
Kategori			Sangat Baik	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 26 jawaban responden tentang saya melakukan pellmbelllillan Kembali pixy lip cream sesuai dengan kebutuhan saya yang menjawab sangat setuju sebanyak 57 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 34 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,47 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang saya melakukan pellmbelllillan Kembali pixy lip cream sesuai dengan kebutuhan saya.

Tabel 27 Saya memutuskan pembelian pixy lip cream setelah adanya promosi

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pellmbelllillan (Y)	Sangat Setuju	5	44	220
	Setuju	4	45	180
	Netral	3	10	30
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah			100	4.32
Rata-Rata			4.32	
Kategori			Sangat Baik	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 27 jawaban responden tentang Saya memutuskan pellmbelllillan pixy lip cream setelah adanya promosi yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 45 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 10 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,32 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya memutuskan pellmbelllillan pixy lip cream setelah adanya promosi.

Tabel 28 Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli pixy lip cream

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pellmbelllillan (Y)	Sangat Setuju	5	46	230
	Setuju	4	36	144
	Netral	3	15	45
	Tidak Setuju	2	3	6
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0

Jumlah	100	425
Rata-Rata	4.25	
Kategori	Sangat Baik	

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 28 jawaban responden tentang Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli pixy lip cream yang menjawab sangat setuju sebanyak 46 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 36 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 15 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,25 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk memutuskan membeli pixy lip cream.

Tabel 29 Dalam membeli secara online, biasanya saya melakukan pembayaran transfer bank

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	52	260
	Setuju	4	40	160
	Netral	3	8	24
	Tidak Setuju	2	0	0
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		100		444
Rata-Rata				4.44
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 29 jawaban responden tentang Dalam membeli secara online, biasanya saya melakukan pembayaran transfer bank yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang, responden yang menjawab setuju sebanyak 40 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 8 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,44 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Dalam membeli secara online, biasanya saya melakukan pembayaran transfer bank.

Tabel 30 Saya lebih sering membayar dengan sistem COD atau secara langsung

Variabel	Jawaban	X	F	X.F
Keputusan Pembelian (Y)	Sangat Setuju	5	52	260
	Setuju	4	36	144
	Netral	3	11	33
	Tidak Setuju	2	1	2
	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Jumlah		100		4.61
Rata-Rata				4.61
Kategori				Sangat Baik

Sumber: Hasil Olah Data, 2023

Berdasarkan tabel 30 jawaban responden tentang Saya lebih sering membayar dengan sistem COD atau secara langsung yang menjawab sangat setuju sebanyak 52 orang, responden yang menjawab setuju

Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream

sebanyak 36 orang, responden yang menjawab netral sebanyak 11 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 orang, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang. Dan untuk hasil rata-rata nilai dari jawaban responden sebanyak 4,61 masuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden berpendapat baik tentang Saya lebih memilih membayar dengan sistem COD atau secara langsung.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pixy Lip Cream. Berdasarkan hasil penelitian analisis dan hasil pengujian terhadap variabel penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Variabel *Brand Image* dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk lip cream Pixy. Hal ini dibuktikan dengan uji F bahwa $0,000 < 0,05$. Dengan persamaan $Y = 15,477 + 0,400X_1 + 1,112X_2$ dari persamaan tersebut Variabel *Brand Image* (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pixy Lip Cream, hal ini dibuktikan dengan Uji t dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $3,426 < 1,985$. Variabel *Brand Image* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pixy Lip Cream, hal ini dibuktikan pada Uji t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,488 > 1,985$. Variabel Harga (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Pixy Lip Cream, hal ini dibuktikan pada Uji t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,348 > 1,985$.

REFERENSI

- Adil Virawan, W. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merek Ink). 104.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Merek Endless Dill Bangkalan). Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 6(2), 96–104. <https://doi.org/10.21107/Jsmb.V6i2.6688>
- Assauri, S. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, S. I., Arso, S. P., & Willgati, P. A. (2015). Analisis Standar Pelayanan. Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Dill RSUD Kota Semarang, 3, 103–111.
- Ayuniah P (2017) Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Iklan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 22 No.3, Desember h. 210- 21
- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung. Alfabeta.
- Feriyanto, Andri & Sytha Triana, Endang (2015). Pengantar Manajemen (3 edn 1), Penerbit Melilla Tera, Yogyakarta.
- Hasibuan, M. S. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi. Jakarta: Ery. Manajemen Pemasaran. 2019. Grasindo: Jakarta.
- Heryanto, Imam. “ Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan” Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship, Vol 9 No. 2. 2015,
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol), Hendra Teguh Ronny A. Rusli, Jilid 2 Jakarta: Prenhallind, 2015
- Kurniawan, Y. D. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic. Repository Universitas Sanata Dharma.
- Laura, Netty dan Siska Natalia Siringgog Ringgo. “ Pengaruh Kualitas Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening”. Journal of Management and Business Review, Vol . 14 No. 2, 2017,
- Limariksana, Nandan dan Wilhelmus Hary Susil. Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis). Jakarta Mitra Wacana Media , 2012,
- Lupiyodil, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat , 2001,
- Merek, P. C., Produk, K., Harga, D. A. N., Dill, R., Lico, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., Ratulangi, U. S., & Buyung, S. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tiga Roda Dill Toko Lico. Jurnal Berkala Ilmiah, 16(4), 376–386.
- Musa, M. I. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Jurnal Ekonomi, 5(X), 181–192.

- Nova, R. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo F1 Sellfillel Expert (Study Kasus Pada Mahasiswa/I Fakultas Ellkolnolmill Dan Bilsnls Universitas Sumatera Utara). 44–48. Astuti, S. Il., Arso, S. P., & Wigati, P. A. (2015) Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di Rsud Kota Semarang, 3, 103–111.