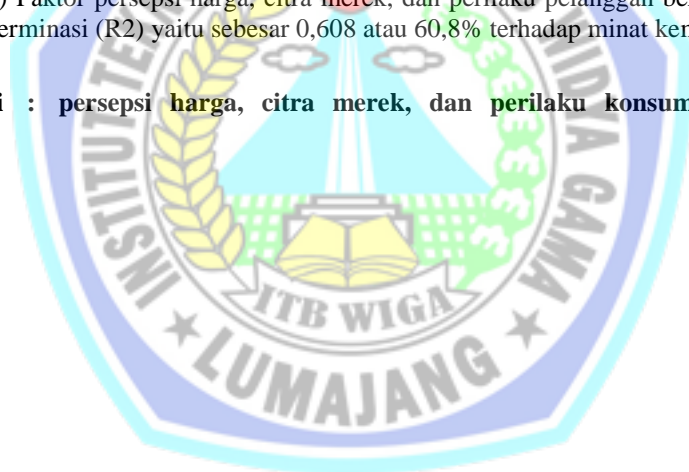


**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK LIPSTIK IMPLORA  
DI ORZORA GOZALI LUMAJANG**

**ABSTRAK**

Implora merupakan brand produk kosmetik dan perawatan lokal yang banyak digemari karena produknya yang berkualitas dan ramah di kantong. Dari aneka produk yang ditawarkan lipstik Implora merupakan salah satu produk makeup yang berhasil merebut hati para pengguna makeup lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi harga, citra merek dan perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian produk lipstik Implora di Orzora Lumajang. dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Populasinya berjumlah 180 orang, dengan 64 orang yang menjawab kuesioner dan membantu pengumpulan data. Pengambilan sampel Slovin bersamaan dengan pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis regresi untuk menguji hipotesis. Berikut hasil uji parsial yang kadang disebut uji t: 1) Saat memutuskan membeli lipstik Implora dari Orzora Lumajang, persepsi harga bukanlah faktor utama. 2) Saat memilih membeli lipstik Implora dari Orzora Lumajang, citra merek menjadi faktor penentu utama. 3) Pembelian lipstik Implora di Orzora Lumajang sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. 4) Faktor persepsi harga, citra merek, dan perilaku pelanggan bertanggung jawab atas koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,608 atau 60,8% terhadap minat kembali.

**Kata kunci :** persepsi harga, citra merek, dan perilaku konsumen dan keputusan pembelian



**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTIONS, BRAND IMAGE AND CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASING IMPLORA LIPSTICK PRODUCTS IN ORZORA GOZALI LUMAJANG**

**Abstract**

*Implora is a local cosmetic and care product brand that is popular because of its quality and pocket-friendly products. Of the various products offered, Implora lipstick is one of the makeup products that has succeeded in winning the hearts of local makeup users. The aim of this research is to find out how price perceptions, brand image and consumer behavior influence purchasing decisions for Implora lipstick products in Orzora Lumajang, by applying a quantitative approach. The population was 180 people, with 64 people answering the questionnaire and helping with data collection. Slovin's sampling coincided with sampling. This research uses several regression analysis techniques to test the hypothesis. The following are the results of a partial test which is sometimes called the t test: 1) When deciding to buy Implora lipstick from Orzora Lumajang, price perception is not the main factor. 2) When choosing to buy Implora lipstick from Orzora Lumajang, brand image is the main determining factor. 3) Purchasing Implora lipstick at Orzora Lumajang is greatly influenced by consumer behavior. 4) Price perception factors, brand image and customer behavior are responsible for the coefficient of determination ( $R^2$ ), which is 0.608 or 60.8% of return interest.*

**Keywords: price perception, brand image, and consumer behavior and purchasing decisions**

