

Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian konsumen : studi kasus keputusan pembelian kosmetik Wardah yang memiliki citra kosmetik islami = The influence of brand image in consumer decision making : case study the decision making in Wardah cosmetics with having an islamic cosmetics

Luthfia Kirana Damarsari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20404657&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Jurnal ini membahas mengenai atribut-atribut dan strategi komunikasi pemasaran yang dapat membentuk citra merek atau brand image pada kosmetik Wardah. Semakin maraknya perkembangan dan persaingan dalam industri bisnis, sebuah merek harus membentuk image di benak konsumen. Sebuah merek juga harus dapat memahami apa yang konsumen inginkan dan butuhkan. Wardah selama ini mengatakan bahwa ia adalah kosmetik yang Halal. Pembangunan image yang dilakukan Wardah sebagai kosmetik Islami dapat digunakan sebagai penempatan strategi yang baik guna terjadinya keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan analisis yang dilakukan, terdapat pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian dalam Wardah kosmetik.

ABSTRACT

This Journal discusses about attributes and marketing communication strategy that form the brand image of Wardah cosmetic. Following the development and growing competition in the business, a brand must form a specific image in the consumer's minds. A brand also must be able to understand what consumers want and need. Wardah recently claimed to be Halal cosmetics. Image construction that Wardah has undertaken as an Islamic cosmetics can be a good basic to influence the consumer purchase decision. Based on the analysis, there is an influence of the brand image to the purchase decisions of Wardah cosmetics.