

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LS SKINCARE MAJALENGKA

Oleh : Nia Naimatusaadah

Pemasaran merupakan elemen krusial yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Kualitas produk, pada dasarnya, mencerminkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Tingkat keputusan pembelian terhadap suatu produk dapat diukur dengan membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas produk yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan asosiatif, dengan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan. Sampel penelitian terdiri dari 83 responden, dengan pengukuran data menggunakan skala likert 5 poin. Teknik analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, korelasi, determinasi, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 23,3%, sementara harga mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 24%. Secara simultan, pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mencapai 25,8%.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE REGARDING THE DECISION TO PURCHASE LS SKINCARE MAJALENGKA

By: Nia Naimatusaadah

Marketing is a crucial element that is inseparable from human life. Product quality, in essence, reflects the needs and desires of consumers. The level of purchase decision for a product can be measured by comparing consumer expectations of the desired product quality with the reality received.

This study aims to analyze the influence of product quality and price on purchase decisions. The research method used is descriptive and associative, with primary and secondary data collected through observation, questionnaires, and library studies. The research sample consisted of 83 respondents, with data measurement using a 5 point likert scale. Analytical techniques included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, correlation, determination, t tests, and F tests.

The results of the study showed that, partially, product quality affects purchase decisions by 23.3%, while price affects purchase decisions by 24%. Simultaneously, the influence of product quality and price on purchase decisions reached 25.8%.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision