

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KOSMETIK MS GLOW
INTISARI**

Salah satu aspek kecantikan wanita adalah dengan menjaga kesehatan wajahnya. Menghasilkan wajah yang cantik dan sehat, wanita dapat menggunakan kosmetik yang kualitas dengan harganya dapat dijangkau. Dilihat dari segi pasar terkait kosmetik, semakin tinggi permintaan konsumen membuat persaingan antar perusahaan kosmetik semakin tinggi pula bisa dilihat dari persaingan harga serta kualitas produk. Perusahaan akan memberikan harga yang terbaik dan kualitas produk yang standar untuk meningkatkan keputusan pembelian produk kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik MS Glow dan mengetahui kualitas independen bersama-sama.

Penelitian dilakukan dengan metode *survey* dan metode pengambilan data dengan metode kuisioner yang akan diberikan kepada responden. Penelitian ini akan menggunakan sumber data primer dari kriteria inklusi mahasiswi S1 di Kota Palangka Raya yang pernah membeli dan menggunakan produk MS Glow sebanyak 100 responden. Teknik untuk menganalisis yaitu dengan analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan uji F secara bersama-sama.

Berdasarkan SPSS Versi 25, instrumen yang digunakan valid dengan nilai R^2 sebesar 0,402, hal ini berarti variabel independen mampu menjelaskan perubahan variabel dependen sebesar 40,2%% dan sisanya 59,8% diluar penelitian dan realibel dengan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$. Kesimpulan menunjukan bahwa variabel harga berpengaruh positif, kualitas produk berpengaruh positif, secara bersama sama berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, keputusan pembelian.

THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS MS GLOW COSMETICS

ABSTRACT

One aspect of female beauty is to maintain the health of her face. To produce a beautiful and healthy face, women can use quality cosmetics at affordable prices. In terms of the market related to cosmetics, the higher consumer demand, the higher the competition between cosmetic companies, which can also be seen from the price competition and product quality. The company will provide the best price and standard product quality to improve purchasing decisions for cosmetic products. This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions for MS Glow cosmetic products and to determine independent quality together.

The research was conducted by survey method and data collection method by questionnaire method which will be given to respondents. This study will use primary data sources from the inclusion criteria of undergraduate students in Palangka Raya City who have purchased and used MS Glow products as many as 100 respondents. The technique to analyze is multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the F test together.

Based on SPSS Version 25, the instrument used is valid with an R² value of 0.402, this means that the independent variable is able to explain changes in the dependent variable by 40.2% and the remaining 59.8% outside the study and reliable with a Cronbach Alpha value 0.60. The conclusion shows that the price variable has a positive effect, product quality has a positive effect, simultaneously has a significant and significant effect on purchasing decisions at a significance level of $0.000 < 0.005$.

Keywords: price, product quality, purchase decision.