

ABSTRAK

DIRGA RAHAYU S. 2023, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Merek MS Glow pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dibimbing Oleh Pembimbing I Asdi., dan Pembimbing II Syarthini Indrayani.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Merek MS Glow pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah populasi sebanyak kurang lebih 50 responden dan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, kuesioner, serta dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Validasi, uji reliabilitas, analisis regresi berganda dan uji parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan, harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Skincare merek MS Glow pada mahasiswa jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka disarankan perusahaan MS Glow harus tetap meningkatkan kualitas produk agar lebih baik lagi dan citra merek perlu ditingkatkan agar lebih di kenal lagi oleh tiap kalangan. Serta, sebaiknya perusahaan mengadakan promosi atau diskon, agar lebih banyak lagi yang tertarik dengan produk tersebut, sebab harga yang lebih murah akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen lainnya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

DIRGA RAHAYU S. 2023, *The Influence of Product Quality, Brand Image and Price on MS Glow Brand Skincare Purchasing Decisions in Management Department Students, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar*. The Management Department of the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Main supervisor Asdi and Co-Supervisor Syarthini Indrayani..

This study aims to determine the effect of product quality, brand image and price on purchasing decisions for MS Glow brand skincare among students of the Management Department, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. The population in this study were students with a total population of approximately 50 respondents and the samples taken in this study were 50 people. The sampling technique was carried out by accidental sampling technique. This study uses a quantitative method, where the data collection method used is by means of observation, questionnaires, and documentation. The analytical method used is Validation Test, reliability test, multiple regression analysis and partial test. The results of this study indicate that the product quality variable has a significant effect on purchasing decisions. Brand image has a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, price has no significant effect on purchasing decisions for MS Glow Skincare brand among students majoring in management at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Based on the results of this study, it is suggested that the MS Glow company must continue to improve product quality so that it is even better and the brand image needs to be improved so that it is better known by everyone. Also, companies should hold promotions or discounts, so that more people will be interested in these products, because lower prices will affect other consumers' purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision