

ABSTRAK

NURUL HATIMAH.2026. Pengaruh Kualitas Produk Dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Skincare Garnier Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Moh. Aris Pasigai dan A. Nur Fitrianti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *customer review* terhadap minat beli produk skincare garnier pada mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar. Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 80 responden mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar yang merupakan konsumen produk skincare Garnier, ditentukan dengan menggunakan rumus Malhotra. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner terkait masalah yang diteliti. Metode analisis yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), variabel kualitas produk (X1) dan *customer review* (X2) masing-masing memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga keduanya terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selanjutnya, secara simultan (uji f), kualitas produk dan customer review juga menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk serta semakin tinggi kepercayaan terhadap *customer review*, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Makassar untuk memiliki minat beli terhadap produk skincare Garnier.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Customer Review*, Minat Beli