

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MASKER MEDIS SENSI  
SELAMA PANDEMI COVID-19**

**Oleh**

**Ni Putu Sri Widiantari, NIM 1717041172**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian masker medis sensi. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 150 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 84,9% serta pengaruh variabel lain sebesar 15,1%. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 22,2%. (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 20,8%.

**Kata Kunci:** harga, keputusan pembelian, kualitas produk

***THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON THE  
PURCHASE DECISION OF SENSI MEDICAL MASK DURING  
THE COVID-19 PANDEMIC***

***By***

***Ni Putu Sri Widianari, NIM 1717041172***

***Department of Management***

***ABSTRACT***

*This study aims to examine the effect of price and product quality both simultaneously and partially on the purchasing decision of sensi medical masks. The number of samples in this study were 150 respondents, the sample technique used was purposive sampling technique. The data collection method used is a questionnaire. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis. The results showed that (1) price and product quality had a simultaneous positive and significant effect on purchasing decisions with an influence contribution of 84.9% and the influence of other variables of 15.1%. (2) the price has a positive and partially significant effect on purchasing decisions with an influence contribution of 22.2%. (3) product quality has a positive and partially significant effect on purchasing decisions with an influence contribution of 20.8%.*

*Keywords: price, purchase decision, product quality*

