

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MAKE OVER LOOSE POWDER* DI
SINGARAJA**

Oleh

Alya Maharani, NIM 2017041192

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk *Make Over Loose Powder*, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Make Over Loose Powder*, dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Make Over Loose Powder*. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah masyarakat Singaraja yang merupakan pengguna produk *Make Over Loose Powder* dan objek penelitian penelitian adalah kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 130 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) hubungan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian. (2) hubungan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) hubungan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: keputusan pembelian, kualitas produk, harga

ABSTRACT

This research aims to examine: the influence of product quality and price on purchasing decisions for Make Over Loose Powder products, the influence of product quality on purchasing decisions for Make Over Loose Powder products, and the influence of price on purchasing decisions for Make Over Loose Powder products. The research design used in this research is causal quantitative. The research subjects were the people of Singaraja who were users of Make Over Loose Powder products and the research objects were product quality, price and purchasing decisions. The sample in this study amounted to 130 respondents. The data collection method is by using a questionnaire distributed to respondents. The research results show that (1) the relationship between product quality and price has a significant effect on purchasing decisions. (2) the relationship between product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) the price relationship has a negative and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *purchasing decisions, product quality, price*