

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT PADA
MAHASISWA JURUSAN EKONOMI & AKUNTANSI
(UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA)**

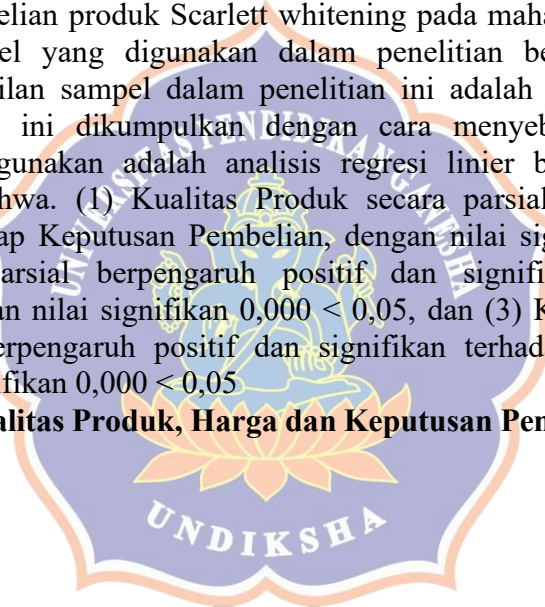
Merie Novita ¹. I Wayan Suwendra ²
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail merie@undiksha.ac.id ¹, wayan.suwendra@undiksha.ac.id ²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi & Akuntansi (Universitas Pendidikan Ganesha). Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Scarlett whitening pada mahasiswa jurusan ekonomi & akuntansi. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 316 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Hasil penelitian menunjukkan bahwa. (1) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. (2) Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dan (3) Kualitas Produk dan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Product Quality and Price variables on the Purchase Decision of Scarlett products among students of the Economics and Accounting Department at Ganesha University of Education. Causal-Comarative Research. The population in this study consists of consumers who have purchased Scarlett Whitening products among students of the Economics and Accounting Department. The sample used in this research consisted of 316 students. The sampling technique employed was purposive sampling. Data were collected through the distribution of questionnaires. The results of the study show that: (1) Product Quality partially has a positive and significant effect on Purchase Decision, with a significance value of $0.000 < 0.05$. (2) Price partially has a positive and significant effect on Purchase Decision, with a significance value of $0.000 < 0.05$, dan (3) Product Quality and Price simultaneously have a positive and significant effect on Purchase Decision, with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

