

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
KONSUMEN PRODUK *SKINCARE SOMETHINC*
DI LUMAJANG)**

ABSTRAK

Produk *Skincare Somethinc* merupakan *brand skincare* lokal yang berdiri pada tahun 2019 yang saat ini tengah populer dan sukses di industri kosmetik. Produk *Skincare Somethinc* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang menginginkan kulit wajah yang sehat serta membantu permasalahan yang ada pada kulit wajah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen produk *skincare somethinc* di Lumajang). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan dalam penelitian ini banyaknya responden yang digunakan adalah 60 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tak terhingga dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Somethinc* di Lumajang. 2) *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Somethinc* di Lumajang. 3) harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Skincare Somethinc* di Lumajang. 4) koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,327 atau 32,7% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, *brand image*, dan harga.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Brand Image, Harga, dan Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON
PURCHASING DECISIONS (CASE STUDY ON CONSUMERS OF
SOMETHING SKINCARE PRODUCTS
IN LUMAJANG)**

ABSTRACT

Skincare Something is a local skincare brand that was founded in 2019 which is currently popular and successful in the cosmetic industry. Somehinc Skincare products aim to meet the needs of consumers who want healthy facial skin and help with facial skin problems. This study aims to determine the effect of product quality, brand image, and price have on purchasing decisions (case studies on consumers of skincare products something in Lumajang). The research method used in this research is quantitative. Data was collected by distributing questionnaires, and in this study the number of respondents used was 60 respondents. The number of population in this study is infinite and the sampling technique used is accidental sampling technique. Hypothesis testing was carried out using multiple regression analysis techniques. After conducting partial testing or t-test, the following results were obtained: 1) product quality has a significant effect on purchasing decisions for Skincare Something products in Lumajang. 2) brand image has no significant effect on purchasing decisions for Skincare Somethink products in Lumajang. 3) price has a significant effect on the decision to purchase Skincare Somethink products in Lumajang. 4) the coefficient of determination (R²) obtained by 0.327 or 32.7% purchasing decisions can be explained by the variable product quality, brand image and price.

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