

## Abstrak

### **Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pond'S Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area**

Oleh:

**Nama : Sri Ulina Yenni Wati Simamora  
NPM : 12.832.0057**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Pond'S Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

Jenis penelitian ini penelitian asosiatif, dimana penelitian ini merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 955 orang dengan menggunakan rumus slovin yang di jadikan responden berjumlah 90 orang.

Hasil penelitian dalam penelitian ini pada pada uji t diperoleh hasil untuk pada Variable Harga dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,379 > 1,660$ ) dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dan Variable Kualitas Produk dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,978 > 1,660$ ) dengan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan pada uji F di atas, maka diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu sebesar ( $60,537 > 3,10$ ) dengan ini maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,672. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi ( $KD = R^2 \times 100\%$ ), sehingga diperoleh  $KD = 67,2\%$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 67,2% keputusan pembelian (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk. Sisanya sebesar 32,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.