

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia juga dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen kosmetik yang rata-rata berasal dari luar negeri. Munculnya kosmetik-kosmetik asing dengan harga lebih terjangkau memperketat persaingan industri kosmetik di Indonesia. Industri kecantikan mengalami perkembangan dan peningkatan yang konstan, hal tersebut terbukti dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar di pasaran salah satunya kosmetik mustika ratu. Mustika Ratu adalah salah satu dari beberapa perusahaan yang memiliki harapan, yaitu agar konsumen mempunyai keputusan pembelian yang tinggi terhadap produk kosmetik yang dihasilkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik mustika ratu di supermarket yogyakarta kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif bersifat kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini 100 responden yang pernah membeli kosmetik mustika ratu di supermarket yogyakarta kota Bandung dan menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap kualitas produk dengan hasil koefisien determinasi dari hasil perhitungan sebesar 0,647 atau 64,7%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian