

ABSTRAK

Orang Indonesia cenderung memiliki kulit kering dan kusam karena intensitas paparan sinar matahari yang lebih tinggi di musim tropis. Beberapa kota di Indonesia memiliki kualitas udara yang tidak sehat. Udara yang berwarna abu-abu adalah tanda kualitas udara yang tidak sehat. Konsumen harus berhati-hati yang tidak diinginkan, seperti produk yang tidak mencantumkan BPOM. Ketika konsumen merasakan adanya kebutuhan akan barang yang akan dibeli, mereka mulai membuat keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami dan mengevaluasi sejauh mana dampak *product quality* terhadap keputusan pembelian *body lotion* Scarlett Whitening, untuk memahami dan mengevaluasi sejauh mana dampak *price* terhadap keputusan pembelian produk *body lotion* Scarlett Whitening, untuk menilai sejauh mana dampak bersama *product quality* dan *price* terhadap keputusan pembelian produk *body lotion* Scarlett Whitening.

Studi ini menggunakan metode kuantitatif dan sampel Cochran, dengan total 153 responden. Dalam studi ini juga menggunakan analisis kuesioner, dan tinjauan pustaka. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis kausal dan analisis linier berganda.

Dengan ditarik kesimpulan mengenai hubungan antara *product quality* dengan keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan t hitung 3,028 dan t tabel 1,984. Hasilnya H_{a1} diterima menunjukkan bahwa *product quality* memiliki pengaruh positif yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ini dapat diterima pada tingkat signifikansi 0,003. Pengaruh yang dimiliki oleh variabel *price* terhadap keputusan pembelian dapat diidentifikasi dengan nilai t hitung yang melebihi nilai t tabel, yaitu sebesar $7,771 \geq 1,984$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari *price* terhadap keputusan pembelian secara parsial. Hasil ini mendukung hipotesis kedua, yang dapat diterima dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Pengaruh antar variabel *product quality* dan *price* terhadap keputusan pembelian mencapai persentase 53,5%, sedangkan 46,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel, yaitu *product quality* dan *price*, secara bersama-sama berpengaruh signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 86,217 F tabel yaitu 3,07. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *product quality* dan *price* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk *body lotion* Scarlett Whitening.

Kata Kunci: Product Quality, Price, dan Keputusan Pembelian