

ABSTRAK

Perkembangan parfum di Indonesia berkembang sangat pesat. Membuat persaingan penjualan antar perusahaan parfum semakin tinggi dan membuat perusahaan kesulitan untuk bersaing. Salah satunya Rozs Perfumery harus mempunyai kemampuan yang maksimal untuk meningkatkan kualitas produk dan penawaran harga yang mudah dijangkau untuk menarik keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga di Rozs Perfumery masih banyak memiliki kekurangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Rozs Perfumery. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner pada 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi dan determinasi, dan hipotesis penelitian (uji t parsial dan uji f simultan). Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan persamaan regresi $Y = 12,035 + X_1 - 0,297 X_2 + 1,075$. Penelitian ini didapatkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Parfum Rozs Perfumery sebesar 88,7% dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian parfum Rozs Perfumery.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian