

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Melalui Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). Kualitas Produk mencerminkan bentuk kepuasan dari konsumen atau pelanggan, yaitu sejauh mana suatu produk dapat menjalankan fungsi yang di harapkan. Sedangkan, Harga menjadi tolak ukur terhadap besar kecilnya nilai dari kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang akan dibeli dan dikonsumsinya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa S1 Manajemen STIESIA Surabaya angkatan 2021 Kelas Pagi sebanyak 235 mahasiswa, dengan sampel yang dihitung menggunakan rumus *slovin* sebanyak 148 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dan data dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) melalui *software SmartPLS 4.0*.

Hasil penelitian pengaruh langsung menunjukkan bahwa kualitas produk, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk, harga, dan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa minat beli mampu memediasi secara penuh pengaruh kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian dengan hasil positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research examines the effect of product quality and price on the purchasing decision of Skintific products through purchasing intention (A study of STIESIA Surabaya students). Product quality reflects consumers' or customers' satisfaction, from how far a product can function from what it's expected. Furthermore, the price becomes a benchmark on how small or big the value of consumers' satisfaction towards products or services that have been bought or consumed.

The study applies quantitatively with a descriptive approach. Moreover, the population consists of 235 S1 Management students at STIESIA Surabaya batch 2021, morning class. In line with that, with the Slovin formula, there were 148 respondents taken as a sample. The data collection technique used non-probability sampling with a questionnaire as the instrument. The questionnaires were distributed to the respondents. Moreover, the data analysis technique used PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 4.0.

The result indicates that product quality and price directly have a positive and significant effect on the purchasing intention. Additionally, product quality, price, and purchasing intention have a positive and significant effect on the purchasing decision. In addition, indirectly, purchasing intention can mediate fully the effect of product quality and price positively and significantly on the purchasing decision

Keywords: *product quality, price, purchasing intention, and purchasing decision.*



I certify that this translation is true and accurate. Prepared by a professional translator. This translation is provided on this day

7/3/25

M. Fais (S.Pd., M.Pd.)

STIESIA Language Center
Menur Purnopungan 30 Surabaya 60118, Indonesia