

ABSTRACT

This research is about "Analysis of the Influence of Product Quality and Price on the Decision to Buy Scarlett Cosmetic Products (Case Studies on Muslimah Product Users at Sociolla Stores)". This study aims to determine the effect of product quality and price on the decision to buy scarlett cosmetic products in case studies of Muslim women who use products at the Sociolla shop. The type of research used in this research is field research. The research sample in this study was determined using a probability sampling technique with a total of 50 consumers. Data collection procedures were carried out using questionnaires and documentation, while the analytical model used was a simple linear regression model, and the classical assumption test. The results of this study indicate that product quality (X1) and price (X2) have a significant influence on the decision to buy scarlett cosmetic products in case studies of Muslim women who use products at the Sociolla store.

Keywords: Product Quality and Purchase Decision Price

ABSTRAK

Penelitian ini tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Produk Kosmetik Scarlett (Studi Kasus pada Muslimah Pengguna Produk di Toko Sociolla). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla, jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sampel penelitian dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* dengan jumlah 50 konsumen. Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi, sedangkan model analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Membeli produk kosmetik scarlett studi kasus pada muslimah pengguna produk di Toko Sociolla.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Harga Keputusan Membeli