

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang pengaruh harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian exclusive matte lip cream wardah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebesar 96 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner melalui bantuan *google form* yang diolah menggunakan SPSS versi 26 dan teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kemudian desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, menunjukkan bahwa harga dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian exclusive matte lip cream wardah.

Kata Kunci: Kosmetik, Keputusan Pembelian, Harga dan Desain Produk.

Abstract

This research aims to answer questions about the influence of price and product design on the decision to purchase Wardah's exclusive matte lip cream. The research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses the snowball sampling method with a sample size of 96 respondents. The data collection technique uses a questionnaire with the help of a Google form which is processed using SPSS version 26 and the analysis technique uses multiple linear regression. The results of this research show that price has a positive effect on purchasing decisions, then product design has a positive effect on purchasing decisions. Furthermore, based on the results of simultaneous test statistical calculations, it shows that price and product design simultaneously influence the decision to purchase Wardah's exclusive matte lip cream.

Keywords: Cosmetics, Purchase decision, price and product design.