

ABSTRAK

Rahul Fadrian 21101155310085. Manajemen (2025), Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Meningkatkan Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Scincare Scarlet Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Meningkatkan Penjualan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Scincare Scarlet Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 108 responden pada pelanggan skincare scarlet whitening. Populasi ini adalah mahasiswa manajemen 2021 Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.

Hasil penelitian ini yaitu (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Peningkatan Penjualan pada Produk Skincare Scarlet Whitening. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Brand Equity* terhadap Peningkatan Penjualan pada Produk Skincare Scarlet Whitening. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlet Whitening. (4) Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlet Whitening. (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Peningkatan Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlet Whitening. (6) Peningkatan Penjualan memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlet Whitening (7) Peningkatan Penjualan memediasi *Brand Equity* terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlet Whitening.

Kata kunci: Kualitas Produk, Brand Equity, Keputusan Pembelian Konsumen, Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

Rahul Fadrian 21101155310085. Management (2025), The Influence of Product Quality and Brand Equity on Consumer Purchasing Decisions by Increasing Sales as an Intervening Variable on Scincare Scarlet Whitening Products (Case Study on Students of Putra Indonesia University "YPTK" Padang).

This study aims to test how much influence Product Quality and Brand Equity have on Consumer Purchasing Decisions by Increasing Sales as an Intervening Variable on Scarlet Whitening Skincare Products (Case Study on Students of Putra Indonesia University "YPTK" Padang). The sample in this study amounted to 108 respondents in scarlet whitening skincare customers. This population is 2021 management students of Putra Indonesia University YPTK Padang..

The results of this study are (1) There is a positive and significant influence between Product Quality on Sales Increase in Scarlet Whitening Skincare Products. (2) There is a positive and significant influence between Brand Equity on Sales Increase in Scarlet Whitening Skincare Products. (3) There is a positive and significant influence between Product Quality on Purchasing Decisions on Scarlet Whitening Skincare Products. (4) There is a negative and insignificant influence between Brand Equity on Purchasing Decisions on Scarlet Whitening Skincare Products. (5) There is a positive and significant influence between Sales Increase on Purchasing Decisions on Scarlet Whitening Skincare Products. (6) Sales Increase mediates Product Quality on Purchasing Decisions on Scarlet Whitening Skincare Products (7) Sales Increase mediates Brand Equity on Purchasing Decisions on Scarlet Whitening Skincare Products.

Keywords: *Product Quality, Brand Equity, Consumer Purchasing Decisions, Increasing Sales*