

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk perawatan wajah Ms Glow melalui *Brand Image* sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner dengan sampel 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS v.26. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validasi, uji realibilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, analisis regresi linear berganda, uji F, uji t, koefisien determinasi (R^2) dan analisis jalur untuk menguji dan membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap *Brand Image*. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Harga terhadap *Brand Image*. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Image*. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Persepsi Harga terhadap Keputusan pembelian melalui *Brand Image*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how much the influence of Product Quality and Price Perception on the Purchase Decision of Ms. Glow's facial care products through Brand Image as an Intervening Variable in Students of Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. This study uses a data collection method through a questionnaire with a sample of 100 respondents. The analysis method used is SPSS v.26. The data analysis techniques used were validation test, feasibility test, normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, multiple linear regression analysis, F test, t test, determination coefficients (R²) and path analysis to test and prove the hypothesis of this research.

The results of the study show that there is a positive and significant influence of Product Quality on Brand Image. There is a positive and significant influence of Price Perception on Brand Image. There is a positive and significant influence of Product Quality on Purchase Decisions. There is no positive and insignificant effect of Price Perception on Purchase Decisions. It has no positive and insignificant effect on Brand Image on Purchase Decisions. There is a positive and significant influence of Product Quality on Purchase Decisions through Brand Image. There is a positive and significant influence of Price Perception on purchase decisions through Brand Image.

Keywords : Product Quality, Price Perception, Brand Image and Purchase Decision