

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS CONSUMERS OF SKINTIFIC PRODUCTS IN FEMALE STUDENTS JEFF STATE POLYTECHNIC DEPARTMENT OF BUSINESS

Ratih Puspitorini YA, S.E., M.M.. *(as chief counselor)*

Nafa Kurnia Dewi
International Marketing Management Study Program
Business Department

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, product quality, and Brand Image on the purchase decision of Skintific products in female students of the Department of Business, Jember State Polytechnic. This study uses a quantitative approach with a survey method of 40 respondents determined through purposive sampling techniques. Data were collected using questionnaires and analyzed by validity, reliability, classical assumption test, multiple linear regression, t-test, F test, and determination coefficient using SPSS. The results of the study showed that partially the price had a positive and significant effect on the purchase decision with a significance value of 0.043 and a coefficient of 0.394. Product quality has a positive and significant effect with a significance value of 0.006 and a coefficient of 0.656 and is the most dominant variable. Brand Image also had a positive and significant effect with a significance value of 0.017 and a coefficient of 0.421. Simultaneously, the three variables had a significant effect on purchasing decisions with a significance value of 0.000 and an R² value of 0.568, which means that 56.8% of the variation in purchase decisions can be explained by this research model.

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

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Skintific Pada Mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember, Nafa Kurnia Dewi, NIM D43221741, Tahun 2026, 79 Halaman, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember, Ratih Puspitorini YA, S.E., M.M. (Dosen Pembimbing)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian produk Skintific pada mahasiswi Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Jember. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,043 dan koefisien regresi sebesar 0,394. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,006 serta koefisien regresi sebesar 0,656, sekaligus menjadi variabel yang paling dominan. *Brand Image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,017 dan koefisien sebesar 0,421.

Secara simultan, harga, kualitas produk, dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,568. Hal ini menunjukkan bahwa 56,8% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang mendorong keputusan pembelian, diikuti oleh harga dan *Brand Image*.