

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC

ABSTRAK

Skincare menjadi kebutuhan baik bagi wanita remaja maupun dewasa, hal ini antara lain disebabkan faktor iklim yang tropis, sehingga kebutuhan *skincare* mengalami peningkatan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, kualitas produk, dan kepercayaan merek terhadap minat beli produk Skintific baik secara simultan maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap minat beli.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini berdasarkan responden yang berminat membeli produk *skincare* skintific dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan teknik yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS ver. 25. Tahap uji yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan citra merek, harga, kualitas produk, dan kepercayaan merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Skintific. Harga dan kepercayaan merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli sedangkan citra merek dan kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Skintific. Variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah kepercayaan merek.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek

(xiv + 94 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2002 – 2023)