

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Tahun 2018-2021” ini ditulis oleh Kofifah Indarsari, NIM 12402183267, pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena produk kecantikan dan perawatan tubuh yang saat ini banyak diminati yaitu produk dari brand local Scarlett Whitening yang dimana minat beli produk tersebut mampu mengalahkan para kompetitornya. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu faktor kualitas, faktor brand/merek, faktor kemasan, faktor harga, faktor ketersediaan barang, dan faktor acuan. Adapun indikator dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan citra merek yang diukur dengan minat beli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data menggunakan angket atau kuisioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*, jumlah sample dalam penelitian ini sebanyak 307 responden. Analisis data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening dengan nilai *R Square* sebesar 19,3%. (2) Harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening dengan nilai *R Square* sebesar 22,9%. (3) Citra merek terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli produk scarlett whitening dengan nilai *R Square* sebesar 20,9%. (4) Kualitas produk, Harga, dan Citra merek terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Scarlett Whitening dengan nilai *R Square* sebesar 28,2%.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas, Merek, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*This thesis with title “The Effect of Product Quality, Price, and Brand Image on Buying Interest in Scarlett Whitening Products in Students of the Islamic Economics Study P” was written by Kofifah Indarsari, NIM 12402183267, guided by Ahmad Syaichoni, M.Sy.*

*This research is motivated by the phenomenon of beauty and body care products that are currently in great demand, namely products from the local brand Scarlett Whitening where interest in buying these products is able to beat its competitors. Factors that influence buying interest are quality factors, brand factors, packaging factors, price factors, availability factors, and reference factors. The indicators in this study are product quality, price, and brand image as measured by buying interest.*

*This study uses a quantitative approach. Data collection techniques using a questionnaire or questionnaire. The sampling technique used non-probability sampling technique, the number of samples in this study were 307 respondents. The data analysis used are: validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, t test, F test, and coefficient of determination.*

*The results showed that (1) product quality has a positive and significant effect on buying interest in scarlett whitening products with an R square Value of 19,3%. (2) Price has a positive and significant effect on buying interest in Scarlett Whitening products with an R square value of 22,9%. (3) Brand image has a positive and significant effect on buying interest in Scarlett Whitening products with an R square value of 20,9%. (4) Product quality, price, and brand image have a positive and significant effect on buying interest in Scarlett Whitening products with an R square value of 28,2%.*

**Keywords:** *Price, Quality, Price, Purchase Interest*