

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE WARDAH

**Sherly Fransiska
Program Studi Manajemen
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

Abstrak

Produk perawatan kulit saat ini telah menjadi bagian penting dalam rutinitas masyarakat modern karena berkaitan dengan penampilan dan kesehatan kulit. Wardah sebagai salah satu merek skincare halal lokal menghadapi tekanan persaingan yang semakin kuat dalam industri kecantikan. Walaupun dikenal memiliki kualitas yang baik dan identitas kehalalan yang kuat, minat terhadap Wardah menunjukkan tren penurunan, terutama di kalangan anak muda yang lebih memilih merek baru dengan inovasi produk serta strategi pemasaran digital yang lebih menarik. Turunnya minat beli ini dipengaruhi oleh pandangan konsumen mengenai kualitas produk yang dianggap belum memenuhi harapan, citra merek yang dinilai kurang relevan dengan tren saat ini, serta persepsi bahwa harga tidak sepadan dengan manfaat yang diberikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memiliki prosedur kerja terstruktur dan sistematis. Jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian eksplanatori yang menelaah hubungan sebab-akibat antar variabel, di mana perubahan pada variabel bebas dipandang dapat memengaruhi variabel terikat. Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia yang pernah memakai produk Wardah, namun jumlah pastinya tidak diketahui, sehingga perhitungan sampel menggunakan rumus Lemeshow yang sesuai untuk populasi tidak teridentifikasi secara pasti. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk skincare Wardah. Citra Merek juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Selain itu, Harga pun memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Wardah. Secara menyeluruh, ketiga variabel tersebut yaitu Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga, sama-sama memberikan kontribusi signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk skincare Wardah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian