

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* MEREK REGLOW

(Studi Kasus Pada Masyarakat di Kabupaten Bengkalis)

Nama Mahasiswa : Agustina Siregar
NIM : 5103201441
Dosen Pembimbing : Rini Arvika Sari, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Skincare* merek Reglow. Jenis penelitian yang digunakan ini adalah asosiatif. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat kabupaten Bengkalis. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Hasil tanggapan responden tentang harga pada *Skincare* Reglow menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $29,688 > 1,985$. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Skincare* merek Reglow adalah sebesar 90% sedangkan sisanya, yaitu 10% (100% - 90%) dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, *Skincare* Merek Reglow

***THE EFFECT OF PRICE ON PURCHASING DECISIONS
FOR REGLOW BRAND SKINCARE PRODUCTS***

(Case Studi On The Community In Bengkalis District)

Name of Student : Agustina Siregar
Student ID Number : 5103201441
Supervisor : Rini Arvika Sari, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

This study aims to analyze how price influences purchasing decisions for Reglow brand Skincare products. The type of research used is associative. The population of this study were the people of Bengkalis Regency. The sampling technique used in this study was Nonpobrality Sampling with Porposiv Sampling technique with a total of 100 respondents. The data analysis method used is simple linear regression analysis. The results of respondents' responses about the price at Skincare Reglow show that price has a significant effect on purchasing decisions with a tcount> ttable value of 29.688 > 1.985. The effect of price on purchasing decisions for Reglow brand Skincare products is 90%, while the remaining 10% (100% - 90%) is influenced by other variables.

Keywords: Price, Purchase Decision, Reglow Brand Skincare