

ABSTRAK

Persaingan industri kosmetik yang semakin meningkat membuat perusahaan yang satu dengan yang lain akan saling berkompetisi agar produk yang dihasilkannya mempunyai kualitas yang paling unggul diantara produk yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang sejenis. Namun dengan adanya persaingan tersebut akan menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan. Saat ini produk lokal tidak kalah saing dengan produk *import* lainnya. Karena banyak sekali *brands* lokal bermunculan di industri kosmetik. Dengan banyaknya produk lokal yang bermunculan tersebut maka konsumen pasti akan mempertimbangkan dan lebih selektif dalam menentukan harga dan kualitas suatu produk sebelum mereka melakukan keputusan pembelian. Konsumen beranggapan jika harga suatu produk mahal maka kualitas yang mereka dapat juga akan baik, begitupun sebaliknya jika harga suatu produk rendah maka kualitasnya pun kurang baik.

Luxcrime merupakan perusahaan yang menciptakan produk kosmetik lokal yang memiliki keunggulan tersendiri. Luxcrime berupaya senantiasa menghadirkan produk yang berkualitas sehingga membuat pemakainya merasa senang. Karena itu *tagline* dari Luxcrime adalah “*I, Makeup, Skin, Happy*”. *Tagline* ini memiliki arti bahwa Luxcrime menyediakan rangkaian lengkap produk dari perawatan kulit hingga kosmetik yang bertujuan agar pelanggan Luxcrime akan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan bahagia saat mereka melihat, menyentuh, dan menggunakan produk Luxcrime melalui kemasan, hingga formula yang berkualitas tinggi dan menarik. Selain harganya yang cukup terjangkau, produk Luxcrime juga memiliki berbagai pilihan warna yang sangat beragam yang tidak kalah dengan kompetitor lainnya. Kemudian Luxcrime memiliki produk unggulan yaitu bedak *Two Way Cake* yang sedang *trend* saat ini.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden yang pernah atau sedang menggunakan produk Luxcrime. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner *online* menggunakan *google form*. Data yang dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan jika harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian variabel Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian