

ABSTRAK

Pasar kosmetik dan skincare mengalami perubahan karena pertumbuhan produk yang begitu pesat setiap tahunnya, yang menyebabkan persaingan ketat dalam memilih produk. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelanggan Scarlett Whitening di Bandung melihat kualitas dan harga sebagai faktor dalam membuat keputusan pembelian mereka. Metode kuantitatif dengan data deskriptif adalah yang paling cocok untuk penelitian ini. Penelitian ini mengambil sampel konsumen Scarlett Whitening di Bandung, yang terdiri dari 115 orang yang menjawab. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability. Data dipelajari dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk Scarlett Whitening di Bandung. Uji R² penelitian menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Kata Kunci

Harga, Kualitas, Keputusan Pembelian