

ABSTRAK

Alfandi Pakaya, 2024. Pengaruh Pengetahuan Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Pada Kaum Pria dikota Ternate. Ketua Komisi: Ida Hidayanti, Anggota Komisi: Johan Fahri.

Tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada kaum pria.(2) Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada kaum pria. (3) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *skincare* pada kaum pria. Jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 100 responden pria pengguna *skincare*. Alat uji yang digunakan adalah *statistical package for social scientists (SPSS)* sebagai alat uji analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *skincare* pada kaum pria. Hasil penelitian ini berarti bahwa, pengetahuan produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian; (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *skincare* pada kaum pria, Hasil penelitian ini berarti bahwa, kualitas produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian; (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian *skincare* pada kaum pria. Hasil penelitian ini berarti bahwa, Harga yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian *skincare* pada kaum pria.

Kata Kunci :*(Pengetahuan Produk, Kualitas produk, Harga dan Keputusan pembelian);*

Method (Kuantitatif).

ABSTRACT

The objectives of this study are: (1) To determine whether product knowledge affects purchasing decisions for skincare products in men. (2) To determine whether product quality affects purchasing decisions for skincare products in men. (3) To find out whether price has an effect on purchasing decisions for skincare products in men. The number of research samples was 100 male skincare user respondents. The test tool used is the statistical package for social scientists (SPSS) as an analytical test tool.

The results showed that: (1) product knowledge has a positive and significant effect partially on skincare purchasing decisions in men. The results of this study mean that, good product knowledge can improve purchasing decisions; (2) Product quality has a positive and partially significant effect on skincare purchasing decisions in men, the results of this study mean that, good product quality can improve purchasing decisions; (3) Price has a positive and partially significant effect on skincare purchasing decisions in men. The results of this study mean that, a good price can increase skincare purchasing decisions in men.

Keywords: (Product Knowledge, Product Quality, Price and Purchase Decision)