

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS. GLOW PADA  
MAHASISWA DI PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
DEHASEN BENGKULU**



**SKRIPSI**

**OLEH**

**EMELIA OKTASARI**

**NPM. 19040060**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DEHASEN  
BENGKULU  
2022**

# **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS. GLOW PADA MAHASISWA DI PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU**

Oleh

Emelia Oktasari<sup>1)</sup>

Oni Yulianti dan Iswidana Utama Putra<sup>2)</sup>

## **RINGKASAN**

Seorang konsumen dalam membeli suatu barang sering kali menilai barang tersebut cocok atau tidaknya untuk mereka, sesuai atau tidaknya bagi mereka, maka dari itu konsumen sangat mengutamakan dalam memilih dengan cara melihat *brand image*, kualitas produknya, dan harga untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan mereka dalam membeli barang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli produk MS. GLOW pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil regresi linear berganda memiliki persamaan  $Y = 2,088 + 0,075(X_1) + 0,474(X_2) + 0,403(X_3) + 4,388$  karena arah regresi yang positif maka dapat diartikan jika *brand image*, kualitas produk, dan harga meningkat maka minat beli produk MS. GLOW pada mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu juga akan meningkat. *Brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk MS. GLOW pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $1,012 < 1,659$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,314 > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk MS. GLOW pada Mahasiswa di Universitas Dehasen Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,827 > 1,659$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk MS. GLOW pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,359 > 1,659$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. *Brand image* ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ( $Y$ ) produk MS. GLOW pada Mahasiswa di Prodi Manajemen Universitas Dehasen Bengkulu, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $36,452 > 3,93$ ) dengan nilai signifikan sebesar  $0,000$ .

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga

- 1) *Calon Sarjana Manajemen*
- 2) *Dosen Pembimbing*