

## **ABSTRAK**

Setiap tahun industri kosmetik dalam dan luar negeri terus mengalami perkembangan, karena perkembangan tersebut tanpa disadari telah memunculkan sebuah persaingan dalam dunia bisnis. Dipilihnya Wardah sebagai objek penelitian karena Wardah merupakan pelopor merek halal dari produk kecantikan pertama di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, iklan dan kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Palembang.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasisiwi UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2020-2022 yang dipilih dengan metode *purposive sampling*, sehingga total sampel yang didapatkan adalah 100 responden. penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan hipotesis. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji asumsi klasik dengan alat SPSS 26

Penelitian ini menerima dua dari empat hipotesis, yaitu harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Palembang, iklan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Palembang, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Palembang dan secara simultan harga, iklan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Palembang.

**Kata Kunci:** Harga, Iklan, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

Every year the domestic and foreign cosmetics industry continues to experience development, because this development has unwittingly given rise to competition in the business world. Wardah was chosen as the research object because Wardah was the pioneer of the first halal brand of beauty products in Indonesia. This research aims to determine the influence of price, advertising and product quality on purchasing decisions for Wardah products in Palembang City.

The population in this study were female students from UIN Raden Fatah Palembang class 2020-2022 who were selected using a purposive sampling method, so that the total sample obtained was 100 respondents. This research is quantitative research using hypotheses. Hypothesis testing using the classic assumption test with SPSS 26 tools

This research accepts two of the four hypotheses, namely price has no effect on the decision to purchase Wardah products in Palembang City, advertising has no effect on the decision to purchase Wardah products in Palembang City, product quality has no effect on the decision to purchase Wardah products in Palembang City and simultaneously price, advertising and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for Wardah products in Palembang City.

**Keywords:** Price, Advertising, Product Quality and Purchasing Decisions