

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS  
PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK EMINA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS  
MERCU BUANA YOGYAKARTA**

**Sonia Christin Napitupulu & Nur Fachmi Budi Setyawan**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[soniachristin16@gmail.com](mailto:soniachristin16@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian produk Emina pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berjumlah 41 karyawan. Metode pengumpulan data menggunakan Skala Persepsi Terhadap Kualitas Produk dan Skala Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *Product Moment* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data menghasilkan nilai korelasi sebesar  $(r) = 0,582$  ( $p < 0,000$ ). Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara Persepsi Terhadap Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian. Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu 0,339, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi Terhadap Kualitas Produk memiliki kontribusi 33,9% terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan peneliti diterima. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran di bidang Psikologi dan bidang keilmuan lain khususnya bidang Psikologi Industri dan organisasi yang dapat menjelaskan dalam hal Persepsi Terhadap Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Persepsi terhadap Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

***RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF PRODUCT  
QUALITY WITH PURCHASING DECISIONS EMINA  
COSMETIC PRODUCT FOR MERCU BUANA UNIVERSITY  
STUDENT IN YOGYAKARTA***

**Sonia Christin Napitupulu & Nur Fachmi Budi Setyawan**

Universitas Mercu Buana Yogyakarta  
[soniachristin16@gmail.com](mailto:soniachristin16@gmail.com)

***Abstrac***

*The purpose of this study is to determine the relationship between perceptions of product quality and decision to purchase Emina's products for 41 students of Mercu Buana University Yogyakarta. The data collection method uses a Product Quality Perception Scale and a Purchase Decision Scale. This study uses the Product Moment correlation analysis technique from Karl Pearson. Based on the results of data analysis, the correlation value ( $r$ ) = 0, 582 ( $p < 0.000$ ) was obtained. This shows that there is a very significant positive relationship between perceived product quality and purchasing decisions. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.339, this indicates that the variable of product quality perception has a 33.9% contribution to purchasing decisions. The results of this study can be concluded that the hypothesis proposed by the researcher is accepted. This research is expected to contribute thoughts in the field of psychology and other scientific fields, especially in the field of industrial and organizational psychology that can explain the perception of product quality and purchasing decisions.*

***Keywords:*** *Perception of Quality Product, Purchase Decisions*