

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kualitas produk dengan Minat beli kosmetik wardah pada Mahasiswa. Hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kualitas produk kosmetik wardah dengan minat beli pada mahasiswa. Penelitian ini dilakukan pada 86 mahasiswa yang pernah atau sedang menggunakan produk wardah dan berusia 18-25 tahun. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala kualitas produk dan skala minat beli, metode analisis dalam penelitian menggunakan metode analisis korelasi *product moment* dari *karl pearson*. Hasil analisis data diperoleh hasil korelasi $r = 0,844$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0.001$) yang berarti terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan minat beli. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menyatakan bahwa hipotesis diterima. Variabel kualitas produk dalam penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 71,3% sedangkan sumbangan efektif sebesar 28,7% disumbangkan oleh faktor lain dalam kualitas produk yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini antara lain harga, promosi, diskon, dan citra merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Minat Beli

Abstrack

This study aims to determine the relationship between Quality of the products with interest buying wardah cosmetic in students. The hypothesis done in this study is there is a positive relationship between the quality of the cosmetic products wardah with the interest of buying on students. The study was conducted on 86 students who had been or were using Wardah products and aged 18-25 years. The method of collecting data in this research using the scale of product quality and the buying interest scale, the analysis method in the study using the correlation analysis method of product moment from Karl Pearson. The results of data analysis were obtained by a correlation of $r = 0.844$ with a significance level of 0.000 ($p < 0.001$) which means there is a positive relationship between product quality and buying interest. Based on the research results the researcher stated that the hypothesis was acceptable. The product quality variables in this study provided an effective donation of 71.3% while the effective donation of 28.7% was donated by other factors in the quality of the products not involved in the study, such as prices, promotions, Discounts, and brand image.

Keywords : *Product quality and Interest buying.*