

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya penurunan pangsa pasar sunscreen Azarine. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian sunscreen Azarine (studi pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura). Teknik purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel dari mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dan diperoleh sebanyak 96 untuk menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner serta pengukuran yang menggunakan skala likert. Penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image*, dan harga terhadap keputusan pembelian sunscreen Azarine. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS, analisis outer model, analisis inner model dan uji hipotesis. Hasil penelitian dengan menggunakan uji parsial menunjukkan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel *brand image* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari hasil simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, *brand image*, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was motivated by the decline in market share of Azarine sunscreen. This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and price on purchasing decisions for Azarine sunscreen (a study of students at Trunojoyo University, Madura). Purposive sampling was used to select 96 students from Trunojoyo University, Madura. Data collection was conducted by distributing questionnaires and using a Likert scale. This study utilized the SmartPLS application to determine the influence of product quality, brand image, and price on purchasing decisions for Azarine sunscreen. Data analysis techniques used were SEM-PLS, outer model analysis, inner model analysis, and hypothesis testing. The results of the study using partial tests indicate that product quality influences purchasing decisions, brand image has no effect, and price influences purchasing decisions. Simultaneous results indicate that product quality, brand image, and price significantly influence purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Price, Purchasing Decisions.*