

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian skincare GlogGlowing pada mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Trunodjoyo Madura yang pernah membeli dan menggunakan produk skincare GlogGlowing. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis *regresi linier* berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan. Secara simultan citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan pembelian. Maka citra merek dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian skincare GlogGlowing, dengan kualitas produk sebagai faktor yang paling dominan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian,

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of brand image and product quality on purchasing decisions for GlogGlowing skincare among students at Trunodjoyo University, Madura. This study uses a quantitative approach with a causal associative research design. The study population is students at Trunodjoyo University, Madura, who have purchased and used GlogGlowing skincare products. The research sample was determined using the Lemeshow formula with a purposive sampling technique. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis was carried out using multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The results show that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions and is the variable that provides the most dominant influence. Simultaneously, brand image and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions and are able to explain most of the variation in purchasing decisions. Therefore, brand image and product quality are important factors in driving purchasing decisions for GlogGlowing skincare, with product quality being the most dominant factor.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision*