

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN GAYA HIDUP  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO**

**Tania Merlianti<sup>1</sup>, Ery Baskoro<sup>2</sup>, Nani Septiana<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Metro

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kosmetik Wardah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Metro secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2017-2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang menggunakan produk kosmetik Wardah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan SPSS 25 meliputi uji persyaratan instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel iklan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel gaya hidup secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan harga, kualitas produk, iklan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Produk, Iklan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

**Tania Merlianti<sup>1</sup>, Ery Baskoro<sup>2</sup>, Nani Septiana<sup>3</sup>**

Management Study Program, Faculty of Economics and Business,  
Muhammadiyah Metro University.

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the impact of price, product quality, advertising, and lifestyle on purchase decision cosmetic Wardah on the faculty of economics and business students Muhammadiyah Metro University partially or simultaneously. The type of research used is quantitative. The population in this research were active students of class 2017-2020 in the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah Metro University who used Wardah cosmetic products. The sampling technique used the purposive sampling method with a sample of 91 respondents. Data collection techniques used observation, interviews, and questionnaires. Data analysis techniques using SPSS 25 include research's instrument test, classic assumption tests, and hypothesis testing. The results of this research indicate that the price variable partially has a positive and significant*

*impact on purchase decision, and the product quality variable partially has a positive and significant impact on purchase decision, then advertising variables partially have a positive and significant impact on purchase decision, meanwhile lifestyle variables partially have a negative impact and the results are not significant for the purchase decision. As for price, product quality, advertising and lifestyle simultaneously significant impact on purchase decision.*

**Keywords:** *price, product quality, advertising, lifestyle, purchase decision.*