

***The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase  
Decisionson Nivea's Sunscreen in South Jakarta***

**By Shabrina Khoirunnisa**

***Abstract***

*This study aims to determine, prove, and analyze the effect of product quality, brand image, and price on purchasing decisions of Nivea sunscreen products in South Jakarta. The technique used in determining the number of samples is non-probability sampling with purposive sampling. With the Roscoe formula, a total sample of 75 respondents using sunscreen in South Jakarta was obtained. Data collection using a questionnaire through Google forms. The data analysis technique used descriptive analysis which was processed with SmartPLS 3.3.9 software. The data analysis technique in this research is descriptive and inferential data analysis. The distributed questionnaires were declared valid and reliable using the analysis of the outer model, inner model. Hypothesis testing in this study uses a statistical or probability t-test with a significant level. The results of this study state that: (1) there is a significant effect on product quality of 0.267 on the purchase decision of Nivea sunscreen; (2) a significant effect on brand image of 0.471 on the purchase decision of Nivea sunscreen; (3) there is no significant effect on the price of 0.249 on the decision to purchase Nivea sunscreen. The contribution of product quality, brand image, and price variables together is shown by the adjusted Rsquare value of 92.6% while the remaining 7.4% is caused by other factors outside this research model.*

***Keywords : Product Quality, Brand Image, Price, Purchase Decision, Sunscreen***

# **Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Sunscreen* Nivea di Jakarta Selatan**

**Oleh Shabrina Khoirunnisa**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, membuktikan, dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk tabir surya Nivea di Jakarta Selatan. Teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dengan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Dengan rumus Roscoe diperoleh jumlah sampel sebanyak 75 responden pengguna *sunscreen* di Jakarta Selatan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui Google form. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yang diolah dengan software SmartPLS 3.3.9. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif dan inferensial. Kuisisioner yang disebarikan dinyatakan sudah valid dan reliabel menggunakan analisis outer model, inner model. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t-statistik atau probabilitasik dengan taraf nyata. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: (1) terdapat pengaruh signifikan pada kualitas produk sebesar sebesar 0.267 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea; (2) pengaruh signifikan pada citra merek sebesar 0.471 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea; (3) terdapat pengaruh tidak signifikan pada harga sebesar 0.249 terhadap keputusan pembelian *sunscreen* Nivea. Kontribusi variabel kualitas produk, citra merek, dan harga secara bersama-sama ditunjukkan oleh nilai *adjusted Rsquare* sebesar 92,6% sedangkan sisanya 7,4% disebabkan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Keputusan Pembelian, *Sunscreen*.