

**INTISARI**  
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**MINAT BELI PRODUK WARDAH KOSMETIK DI UNIVERSITAS**  
**JENDERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta)

**Oleh**  
**Fajar Nur Afifah**  
**192304012**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli produk Wardah kosmetik di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan penelitian kuantitatif yang berjumlah 360 responden, ditentukan dengan rumus slovin. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan program SPSS versi 26. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear sederhana serta uji hipotesis.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diperoleh maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1 yaitu variabel citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Wardah kosmetik di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dibuktikan dengan nilai t hitung  $9,888 > 1,967$  dan sig yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. H2 yaitu variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dibuktikan dengan nilai t hitung  $20,932 > 1,967$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON BUYING INTEREST IN WARDAH COSMETIC PRODUCTS AT THE UNIVERSITY OF GENERAL ACHMAD YANI YOGYAKARTA***

*(Study on Students of General Achmad Yani Yogyakarta University)*

**By**

**Fajar Nur Afifah**

**192304012**

*This study aims to determine the effect of brand image and product quality on buying interest in Wardah cosmetic products at Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta. The method of analysis in this study uses primary data with quantitative research totaling 360 respondents, determined by the slovin formula. The data analysis in this study was using the SPSS version 26 program. The technique used in this research is non probability sampling with purposive sampling method. This study uses validity, reliability, classical assumption, simple linear regression and hypothesis testing analysis techniques.*

*Based on the research results that have been obtained, it can be concluded that H1, namely the brand image variable partially has a positive and significant effect on buying interest in Wardah cosmetics at Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta, as evidenced by the  $t$  value of  $9.888 > 1.967$  and sig which is smaller than 0.05, namely 0.000. H2, namely the product quality variable partially has a positive and significant effect on buying interest at Jenderal Achmad Yani University Yogyakarta as evidenced by the  $t$  value of  $20.932 > 1.967$  and a sig value of  $0.05 < 0.000$ .*

**Keywords: Brand Image, Product Quality, Purchase Intention**