

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis perbandingan keputusan pembelian bedak wardah dan bedak inez pada mahasiswi fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember. Dalam penelitian ini untuk mengukur keputusan pembelian menggunakan 4 variabel yaitu kualitas produk, citra merek, saluran distribusi dan periklanan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif komparatif. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswi fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Arikunto dengan menggunakan jumlah indikator dikali 5 sehingga didapatkan 90 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu Uji *independent sample t-test*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian bedak wardah lebih unggul daripada keputusan pembelian bedak Inez.

Kata kunci : Uji Beda T-Test, Kualitas Produk, Citra Merek, Saluran Distribusi dan Periklanan.

ABSTRACT

The study was conducted to analyze the comparative decision of purchasing wardah and inez powder in the faculty of economics students in the jember university's. In the study to measure purchasing decisions using the 4 variables of product quality, brand image, distribution channels and advertising. The study employed comparative quantitative research. The study was done by the distribution of the questionnaire to the respondents who were used as a sample in the study as the faculty of economics students in the jember university'. The method of sampling in this study is purposive sampling. The sample in this study used the Arikunto formula using an indicator number of times 5 to lead to 90 respondents. The method of analysis used the analysis independent sample t-test. The results showed that the value of purchase decision on wardah powder higher compared with Inez powder.

Keywords : Analysis Independent Sample T-Test, Product Quality, Brand Image, Distribution Channel and Advertising.