

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG LIPTINT HANASUI (STUDI PADA MAHASISWI UNIVERSITAS NEGERI MEDAN)

Theresia Putri Silitonga<sup>1</sup>, Indah Putri Siboro<sup>2</sup>, Elsa Oktavera Rumapea<sup>3</sup>, Niken Simamora<sup>4</sup>,  
Zulkarnain Siregar<sup>5</sup>

[theresiaputri.7212510001@mhs.unimed.ac.id](mailto:theresiaputri.7212510001@mhs.unimed.ac.id)<sup>1</sup>, [indahputri.7213510001@mhs.unimed.ac.id](mailto:indahputri.7213510001@mhs.unimed.ac.id)<sup>2</sup>,  
[17212510002.7212510002@mhs.unimed.ac.id](mailto:17212510002.7212510002@mhs.unimed.ac.id)<sup>3</sup>,  
[nikensimamora.7212510004@mhs.unimed.ac.id](mailto:nikensimamora.7212510004@mhs.unimed.ac.id)<sup>4</sup>

Universitas Negeri Medan

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang lipstik Hanasui. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan 50 responden yang adalah mahasiswa Universitas Negeri Medan angkatan 2021-2023 yang pernah menjadi konsumen lipstik Hanasui. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Data penelitian diolah dengan menggunakan software IBM SPSS Statistic 25. Hasil penelitian membuktikan bahwa Harga (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang (Y) lipstik Hanasui pada mahasiswa Universitas Negeri Medan, sedangkan kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang (Y) lipstik Hanasui pada mahasiswa Universitas Negeri Medan, harga (X1) dan kualitas (X2) produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang (Y) lipstik Hanasui pada mahasiswa Universitas Negeri Medan.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas, Minat Pembelian Ulang.

### ABSTRACT

*This research aims to determine the influence of price and product quality on repurchase interest in Hanasui lipstik. The data collection technique was through distributing questionnaires using 50 respondents who were Medan State University students class 2021- 2023 who had been consumers of Hanasui lipstik. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The research data was processed using IBM SPSS Statistics 25 software. The results of the research prove that price (X1) does not have a significant effect on repurchase interest (Y) of Hanasui lipstik among Medan State University students, while product quality (X2) has a significant effect on purchase interest repeat (Y) Hanasui lipstik among Medan State University students, price (X1) and quality (X2) of the product have a significant joint effect on repurchase interest (Y) Hanasui lipstik among Medan State University students*

**Key words:** Price, Quality, Repurchase Intention.

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang

Pada era sekarang ini, kaum wanita di Indonesia memiliki kebutuhan akan barang kosmetik yang cukup tinggi. Para kaum wanita sangat peduli dan sangat memperhatikan keindahan dan kecantikan dalam dirinya. Hal ini dikarenakan penampilan sering kali menjadi tolak ukur untuk mencari pekerjaan dan lain sebagainya sehingga wanita tidak bisa terlepas dari barang kosmetik. Dengan adanya kesadaran akan kebutuhan kosmetik tersebut, maka ini menjadi alasan berkembang pesatnya bisnis kosmetik di Indonesia saat ini. Pasar kosmetik di Indonesia diperkirakan akan tumbuh besar dan populer di tahun-tahun mendatang, sehingga pembelian kosmetik di Indonesia telah meningkatkan permintaan kosmetik di dalam negeri secara signifikan (Septiyadi & Dirgantara, 2021).

Perusahaan kosmetik dan skincare saat ini memanfaatkan peluang dan terus menerus melakukan pembaharuan terhadap produk-produknya, karena target pasar bisnis

kosmetik yang sangat luas tidak hanya untuk kaum wanita saja melainkan juga laki-laki menggunakan kosmetik sebagai riasan pada saat bekerja dengan profesional sebagai sebagai pembawa acara, aktor, content creator dan pekerjaan profesional lainnya. Banyaknya produk kosmetik dan skincare yang dipasarkan dapat mempengaruhi sikap seorang konsumen terhadap pembelian dan pemakaian pada suatu produk kosmetik dan skincare. Pembelian suatu produk kosmetik atau skincare bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan (need) tetapi juga karena suatu keinginan (want). Salah satu produk kosmetik yang saat ini sedang banyak diminati oleh kaum wanita adalah Liptint. Liptint merupakan produk yang memberikan warna pada bibir, namun tekstur yang diberikan produk liptint lebih ringan daripada hasil yang diberikan

produk lipstick. Di Indonesia, telah terdapat beberapa berbagai merek liptint yang beredar di pasaran salah satunya adalah Hanasui.

Hanasui merupakan merek kosmetik lokal yang mulai ramai di dunia digital dengan memiliki 350 ribu lebih pengguna dan telah mendapatkan penghargaan Top Official Store Award pada tahun 2021. Hanasui di produksi oleh Ferry Frimanto yang sebagai pemilik PT. Eka Jaya Internasional mulai dari tahun 2016. Hanasui juga dikenal sebagai merek lokal yang dapat menawarkan berbagai rangkaian produk yang trendy dan berkualitas namun dengan harga yang cukup rendah. Produk yang ditawarkan juga beragam mulai dari produk-produk kecantikan dan juga skincare. Produk Hanasui ini juga sudah memperoleh sertifikat izin produksi, cara pembuatan kosmetiknya yang baik (CPKB), memiliki sertifikat BPOM, dan juga telah bersertifikat Halal. Hanasui memiliki official store pada beberapa e-commerce seperti pada Shopee, Tiktok, Lazada, Tokopedia dan juga e-commerce lainnya.

Banyak faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang produk Liptint Hanasui, yaitu seperti harga, dan kualitas produk. Harga merupakan salah satu hal penting yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembuatan keputusan pembelian. Harga juga dapat meningkatkan persepsi bagi pihak konsumen. Karena pada umumnya ada pendapat bahwa jika harga suatu barang atau produk mahal, maka banyak yang beranggapan bahwa kualitas dari produk atau barang tersebut pasti bagus. Akan tetapi jika harganya rendah atau murah maka kualitas dari produk tersebut juga buruk. Padahal pada kenyataannya hal tersebut tidak dapat dijadikan sebagai tolak ukur yang signifikan.

Disisi lain, kualitas dari suatu produk juga memainkan peran yang sangat signifikan. Karena jika suatu produk memiliki kualitas yang tinggi maka cenderung akan menciptakan kepuasan dan loyalitas dari konsumen, yang pada akhirnya akan membeli ulang produk tersebut di masa yang akan datang.

Minat beli merupakan salah satu sumber motivasi seseorang dalam apa yang akan di lakukan. Minat beli ulang yaitu suatu bentuk kecenderungan dalam melakukan pembelian ulang suatu produk sebagai respon positif yang dilakukan pada masa lalu untuk membuat konsumen mempertimbangkan untuk melakukan pembelian ulang produk atau barang. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang suatu produk berarti pelanggan tersebut merasa puas terhadap kualitas yang terdapat dalam produk tersebut (Hariyanto et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Febrianto et al., 2021). Sedangkan menurut penelitian (Hasna Nadiya & Wahyuningsih, 2020) menunjukkan bahwa

kualitas produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang di atas dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan menjadi penguat fenomena yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Liptint Hanasui Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan”.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena data yang dianalisis berupa angka-angka (numerik). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, di mana data dan informasi diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada 50 orang responden mahasiswa Universitas Negeri Medan angkatan 2021-2023 yang pernah menjadi konsumen liptint Hanasui.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner (angket) dan studi literatur. Studi literatur digunakan untuk mencari referensi dari penelitian terdahulu guna membantu dalam mencari ide dan memperjelas masalah. Kuesioner menggunakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan ketiga variabel yaitu harga, kualitas produk dan minat pembelian ulang. Responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada pada kuesioner menggunakan skala likert dengan ketentuan STS (sangat tidak setuju) = 1; TS (tidak setuju) = 2; S (setuju) = 3; SS (sangat setuju) = 4.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan asumsi klasik yang diolah dengan menggunakan Software IBM SPSS Statistics 25.

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian (menggunakan kuesioner) merupakan data yang valid atau tidak. Data yang valid dapat diperoleh jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur konsistensi indikator dari variabel yang disajikan dengan kuesioner.

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis linear berganda untuk memastikan bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten.

Dalam uji ini, data yang akan digunakan harus lolos dalam tiga asumsi, yaitu:

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas berguna untuk menentukan bahwa data yang dikumpulkan berdistribusi normal. Uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji ini digunakan untuk memastikan tidak terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians maupun residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.

### **4. Analisis Regresi Linear Berganda**

#### **a. Uji Simultan (Uji F)**

Menurut Ghazali dalam (Prameswari et al., 2021), uji ini dilakukan untuk melihat berapa besar semua variabel independent dapat mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent secara bersama-sama dengan melihat signifikansi.

b. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghazali dalam (Prameswari et al., 2021), uji ini dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh satu persatu variabel independent terhadap variabel dependent, sehingga dapat diketahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat dan menjawab hipotesis.

c. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Ghazali dalam (Prameswari et al., 2021), apabila koefisien determinasi mempunyai nilai yang mendekati 100 maka model tersebut dapat diterima dan layak untuk dilanjutkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian.

#### Uji Validitas Data

Tabel 1.  
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1)

| Indikator | Nilai<br>rhitung | Nilai<br>rtabel | Keterangan |
|-----------|------------------|-----------------|------------|
| X1.1      | 0,836            | 0,279           | Valid      |
| X.1.2     | 0,762            | 0,279           | Valid      |
| X.1.3     | 0,764            | 0,279           | Valid      |
| X.1.4     | 0,628            | 0,279           | Valid      |
| X.1.5     | 0,738            | 0,279           | Valid      |
| X.1.6     | 0,770            | 0,279           | Valid      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Tabel 2.  
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas (X2)

| Indikator | Nilai<br>rhitung | Nilai<br>rtabel | Keterangan |
|-----------|------------------|-----------------|------------|
| X2.1      | 0,753            | 0,279           | Valid      |
| X.2.2     | 0,614            | 0,279           | Valid      |
| X.2.3     | 0,666            | 0,279           | Valid      |
| X.2.4     | 0,840            | 0,279           | Valid      |
| X.2.5     | 0,742            | 0,279           | Valid      |
| X.2.6     | 0,515            | 0,279           | Valid      |
| X.2.7     | 0,718            | 0,279           | Valid      |
| X.2.8     | 0,833            | 0,279           | Valid      |
| X.2.9     | 0,723            | 0,279           | Valid      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Tabel 3.  
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Pembelian Ulang (Y)

| Indikator | Nilai<br>rhitung | Nilai<br>rtabel | Keterangan |
|-----------|------------------|-----------------|------------|
| X.3.1     | 0,853            | 0,279           | Valid      |
| X.3.2     | 0,694            | 0,279           | Valid      |
| X.3.3     | 0,844            | 0,279           | Valid      |
| X.3.4     | 0,786            | 0,279           | Valid      |
| X.3.5     | 0,802            | 0,279           | Valid      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa variabel X1, X2, dan Y yaitu Harga, Kualitas Produk, dan Minat Pembelian Ulang adalah valid karena nilai rhitung > rtabel pada masing-masing variable.

#### Uji Reabilitas

Tabel 4.  
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                 | Alpha<br>Cronbach's | Jumlah<br>Item | Keterangan |
|--------------------------|---------------------|----------------|------------|
| Harga                    | 0,838               | 6              | Reliabel   |
| Kualitas Produk          | 0,879               | 9              | Reliabel   |
| Minat Pembelian<br>Ulang | 0,856               | 5              | Reliabel   |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa variabel X1, X2, dan Y yaitu Harga, Kualitas Produk dan Minat Pembelian Ulang bersifat reliabel. Karena nilai alpha cronbach  $\geq 0,8$  pada setiap variabel.

#### Uji Multikolinearitas

Tabel 5.  
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model        | Unstandardized<br>Coefficients |               | Standardized<br>Coefficients | t     | Sig.  | Collinearity<br>Statistics |      |
|--------------|--------------------------------|---------------|------------------------------|-------|-------|----------------------------|------|
|              | B                              | Std.<br>Error | Beta                         |       |       | Tolerance                  | VIF  |
| 1 (Constant) | 2,844                          | 2,589         |                              | 1,098 | 0,278 |                            |      |
| Harga        | 0,16                           | 0,116         | 0,174                        | 1,381 | 0,174 | 0,794                      | 1,26 |
| Kualitas     | 0,348                          | 0,081         | 0,54                         | 4,283 | 0     | 0,794                      | 1,26 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Nilai Tolerance pada harga yaitu  $0,794 > 0,100$  dan nilai VIF  $1,26 < 10,00$ , maka berkesimpulan tidak terjadi gejala multikolinearitas pada variabel harga. Nilai Tolerance pada kualitas yaitu  $0,794 > 0,100$  dan VIF  $1,26 < 10,00$ , maka berkesimpulan tidak

terjadi gejala multikolinearitas pada variabel kualitas.

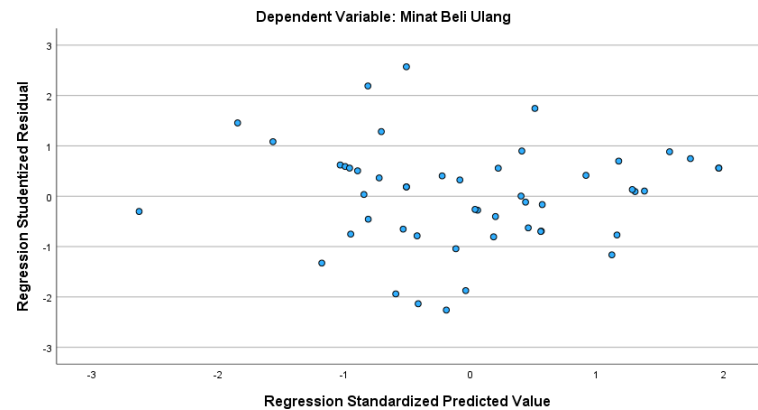
Tabel 6.  
Hasil Uji Normalitas

|                             |                                     | Unstandardized Residual |
|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------------|
| N                           |                                     | 50                      |
| Normal Parameters           | Mean                                | ,0000000                |
|                             | Std. Deviation                      | 2,80028052              |
| Most Extreme Differences    | Absolute                            | ,074                    |
|                             | Positive                            | ,074                    |
|                             | Negative                            | -,067                   |
| Test Statistic              |                                     | ,074                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)      |                                     | ,200                    |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig.                                | ,712                    |
|                             | 99% Confidence Interval Lower Bound | ,700                    |
|                             | Upper Bound                         | ,723                    |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada data yaitu 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Pola data menyebar dengan tidak jelas dan menyebar disekitar angka 0, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Persamaan regresi linear berganda:

$$Y = a + X1 + X2$$

Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yang di dapat sebesar 2,844. Artinya bahwa variabel harga dan kualitas, nilai konstantanya diasumsikan bernilai 0 dan nilai minat pembelian ulang adalah 2,844.
- b. Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif sebesar 0,160. Artinya apabila ada kenaikan 1% variabel harga, akan menyebabkan kenaikan pada minat pembelian ulang sebesar 0,160.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas bernilai positif sebesar 0,348. Artinya apabila ada kenaikan 1% pada variabel kualitas, akan menyebabkan kenaikan pada minat pembelian ulang sebesar 0,348.

## Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7.  
Hasil Uji t

| Model        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|              | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant) | 2,844                       | 2,589      |                           | 1,098 | 2,78 |
| Harga        | ,16                         | ,116       | ,174                      | 1,381 | ,174 |
| Kualitas     | ,348                        | ,081       | ,54                       | 4,283 | ,000 |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Variabel harga memiliki thitung yang lebih kecil daripada ttabel ( $1,381 < 1,676$ ) dan memiliki nilai signifikansi  $0,174 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat pembelian ulang. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Variabel kualitas memiliki thitung yang lebih besar daripada ttabel ( $4,283 > 1,676$ ) dan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

## Uji Simultan (Uji f)

Tabel 8.  
Hasil Uji f

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|------|
| 1 Regression | 263,864        | 2  | 131,932     | 16,138 | ,000 |
| Residual     | 384,237        | 47 | 8,175       |        |      |
| Total        | 648,101        | 49 |             |        |      |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Nilai signifikansi yang didapat yaitu  $0,000 < 0,05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu harga dan kualitas berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 9.  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | R    | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,638 | ,407     | ,382              | 2,85924                    |

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,382, yang artinya variabel harga dan kualitas memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 38,2% terhadap variabel minat pembelian ulang dan sisanya 61,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## B. Pembahasan

### Pengaruh harga terhadap Minat Pembelian Ulang

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa Harga tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang liptint Hanasui. Artinya ketika mahasiswa Universitas Negeri Medan melakukan pembelian ulang liptint Hanasui, tidak dibentuk oleh Harga yang ditawarkan. Maka berdasarkan hasil penelitian, hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menduga bahwa harga berpengaruh terhadap minat pembelian ulang liptint Hanasui pada

mahasiswi Universitas Negeri Medan ditolak.

Hasil dalam penelitian ini bertolak belakang terhadap penelitian yang telah dilakukan oleh Mudfarikah & Dwijayanti, 2021 kepada konsumen Kedai Kopi Hakui Kota Tulungagung, dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Namun hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayah & Apriliani, 2019 terhadap konsumen batik pekalongan, dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

#### **Pengaruh Kualitas terhadap Minat Pembelian Ulang**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui. Artinya ketika mahasiswi Universitas Negeri Medan melakukan pembelian ulang lipstik Hanasui, dapat dibentuk oleh kualitas yang ditawarkan. Maka berdasarkan hasil penelitian, hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menduga bahwa kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui pada mahasiswi Universitas Negeri Medan diterima.

Hasil dalam penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya oleh Hasna Nadiya & Wahyuningsih, 2020 terhadap pengguna Fashion 3second di Kota Semarang, dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Febrianto et al., 2021 terhadap pengguna Smartphone xiaomi di Kota Malang, dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan mampu memediasi antara kualitas produk terhadap minat beli ulang.

#### **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dibuktikan bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui. Artinya harga dan kualitas produk memiliki poin penting untuk mahasiswi Universitas Negeri Medan melakukan pembelian ulang lipstik Hanasui. Maka berdasarkan hasil penelitian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini yang menduga bahwa harga dan kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui pada mahasiswi Universitas Negeri Medan diterima.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data kuesioner yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang Lipstik Hanasui (Studi pada Mahasiswi Universitas Negeri Medan), maka kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. Harga Produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Negeri Medan.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Negeri Medan.
3. Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang lipstik Hanasui yang dilakukan oleh mahasiswi Universitas Negeri Medan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahar, A., & Sjaharuddin, H. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 3, 14–34.
- Febrianto, M., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI

- KASUS PADA MAHASISWA SWASTA (UMM DAN UNISMA) PENGGUNA SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA MALANG). *JIAGABI*, 10(2), 70–76.
- Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.  
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>
- Hariyanto, Arief, Y. M., & Praja, Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA TOKO F3 SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 1(9), 1784–1795.
- Hasna Nadiya, F., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 1096–1104. <http://prosiding.unimus.ac.id>
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN BATIK PEKALONGAN (STUDI PADA PASAR GROSIR SETONO BATIK PEKALONGAN). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1).
- Luh, N., Purnamawati, A., Wayan, N., Mitariani, E., Putu, N., Anggraini, N., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Denpasar, U. M. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DI BANDUNG COLLECTION KECAMATAN KUTA UTARA, BADUNG. *VALUES*, 1(3), 171–181.
- Mudfarikah, R., & Dwijayanti, R. (2021). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(4), 654– 661.
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nasution, M. A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.DYZA SEJAHTERA MEDAN. *Jurnal Warta Edisi*, 13(1).
- Nurlaela Anwar, R., & Ananda Wardani, F. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i5.2021.1370-1379>
- Prameswari, A., Pembangunan, E., Ekonomi, F., Bisnis, D., Universitas, /, Nasional, P., Veteran, ", Timur, J., Muljaningsih, S., & Asmara, K. (2021). ANALISIS PENGARUH KEMISKINAN, INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA (IPM) DAN TENAGA KERJA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI JAWA TIMUR. In *Jurnal Ekonomi Pembangunan (Vol. 7, Issue 2)*.
- Septiyadi, A. L., & Dirgantara, I. M. B. (2021). PENGARUH ATRIBUT KEMASAN (PACKAGING) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(4), 1–14.  
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.