

## **ABSTRAK**

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Risiko Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kecantikan Pengguna Shopee di Surabaya”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan risiko terhadap minat beli konsumen produk kecantikan pengguna Shopee di Surabaya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan mengumpulkan data primer dan sekunder melalui metode survei melalui penyebaran kuesioner pada konsumen produk kecantikan pengguna Shopee di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 105 responden. Kuesioner diolah menggunakan bantuan statistik SPSS 26. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil penelitian uji t atau secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen produk kecantikan pengguna Shopee di Surabaya. Persepsi harga dan risiko memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli produk kecantikan. Hasil uji F atau simultan diketahui bahwa kualitas produk, persepsi harga dan risiko berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel terikat yakni minat beli yang ditambah atau diperluas kembali dengan variabel-variabel bebas lainnya. Dan diharapkan hasil penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Risiko dan Minat beli**

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Influence of Product Quality, Price Perception and Risk on Consumer Purchase Interest of Shopee Users' Beauty Products in Surabaya". The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price perception and risk on consumer buying interest in beauty products for Shopee users in Surabaya. This study uses quantitative research, by collecting primary and secondary data through survey methods through distributing questionnaires to consumers of beauty products using Shopee users in Surabaya. The sampling technique used is a non-probability sampling technique. Data was collected by distributing questionnaires to 105 respondents. The questionnaire was obtained using SPSS 26 statistical assistance. Data analysis used multiple linear regression which first tested the classical assumption. Based on the results of the t-test or partially it shows that the quality of the product does not partially affect the buying interest of consumers of Shopee users' beauty products in Surabaya. Perceptions of price and risk have a partial influence on buying interest in beauty products. The results of the F or simultaneous test are known that product quality, price perception and risk affect the purchase request. Further research can use the dependent variable, namely buying interest which is added or expanded again with other independent variables. And it is hoped that the results of further research can provide better research results.*

**Keywords : Product Quality, Price Perception, Risk and buying Interest.**