

ABSTRAK

Nama : Suryani
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Testimoni Pelanggan Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Generasi Z Pada Produk MS Glow Dikota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap niat beli konsumen, testimoni pelanggan terhadap niat beli konsumen dan persepsi harga terhadap niat beli konsumen, juga secara bersamaan seperti pengaruh kualitas produk, testimoni pelanggan dan persepsi harga terhadap niat beli konsumen generasi Z pada produk MS Glow dikota lhokseumawe. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pemilihan model menggunakan regresi linear berganda, penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dimana pengambilan data secara *online* dan *offline*, dengan cara membagikan *link* melalui *google form* dan membagikan kuesioner kepada responden dikota lhokseumawe, teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* atau pengambilan sampel dimana anggota tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sampel yang dipilih sebaiknya memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian seperti: konsumen yang berusia mulai dari 17 tahun sampai 27 tahun, dan konsumen yang sudah pernah menggunakan produk MS Glow, jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus hair (2019), penentuan sampel bergantung pada jumlah indikator, jumlah indikator yang dijumlah 5X sampai 10X. Adapun hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen, testimoni pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap beli konsumen, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli konsumen. Selanjutnya implikasi dari penelitian ini terbagi dua yaitu: implikasi secara teoritis dan implikasi manajerial, yang dimana implikasi teoritis memberikan gambaran mengenai rujukan-rujukan yang dipergunakan dalam penelitian ini, baik itu rujukan permasalahan, permodelan, hasil-hasil dan agenda penelitian terdahulu, sedangkan implikasi manajerial hal yang berkaitan dengan kebijakan yang dapat dihubungkan dengan temuan-temuan yang dihasilkan dalam penelitian, implikasi manajerial memberikan kontribusi praktis bagi manajemen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Testimoni Pelanggan Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Beli Konsumen Generasi Z Pada Produk MS Glow Dikota Lhokseumawe

ABSTRACT

*Name : Suryani
Study Program : Management
Title : The Influence of Product Quality, Customer Testimonials, and Price Perceptions on Generation Z Consumers' Purchase Intentions on MS Glow Products in Lhokseumawe City.*

This study examines the influence of product quality on consumer purchase intentions, customer testimonials on consumer purchase intentions and price perceptions on consumer purchase intentions, and simultaneously the effect of product quality, customer testimonials, and price perceptions on Generation Z consumer purchase intentions for MS Glow products in Lhokseumawe City. This quantitative method uses multiple linear regression, with primary and secondary data collected online and offline by sharing links via Google Forms and distributing questionnaires to respondents in Lhokseumawe City and the sampling technique used is a non-probability sampling technique or sampling where members do not have an equal chance of being selected. The selected sample should meet the research criteria, such as consumers aged from 17 to 27 years old and have used MS Glow products, where the sample size is 100 respondents using the hair formula (2019) depending on the number indicators, the number of indicators added up is 5X to 10X. The results prove that product quality has a positive and significant effect on consumer purchase intentions, customer testimonials have a positive and significant impact on consumer purchases, and price perceptions have a positive and significant effect on consumer purchase intentions. Furthermore, the implications of this research are divided into two, namely theoretical implications and managerial implications, where theoretical implications provide an overview of the references used in this research, both problem references, modelling, results and previous research agendas, while managerial implications matter relating to policy that can be linked to the findings produced in research, managerial implications provide practical contributions to management.

Keywords: *Product Quality, Customer Testimonials and Price Perceptions on Generation Z Consumers' Purchase Intentions on MS Glow Products in Lhokseumawe City*