

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kondisi serta pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Produk *Skincare* Benings dengan adanya Isu *E-ticket* Biru *Review* Pada *E-commerce* Shopee). Populasi penelitian adalah pelanggan *skincare* Benings dilakukan metode pemilihan sampel yaitu purposive sampling dan didapat 100 pelanggan yang sesuai dengan kriteria sampel. Pendekatan analisis menggunakan metode kuantitatif dianalisis secara deskriptif dan verifikatif menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis deskriptif kualitas produk masih dalam rata-rata kurang berkualitas yaitu sebesar 2,63, harga memiliki rata-rata 2,78 yang artinya kurang sesuai. Hasil pengujian hipotesis verifikatif secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dan harga sebesar 59% terhadap keputusan pembelian ulang, dengan kontribusi yang paling besar yaitu harga sebesar 40% dan kualitas produk sebesar 18,9%.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Ulang