

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *THE BODY SHOP* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Meirin Jasuma Putri

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

Penelitian ini dilatarbelakangi karena saat ini banyak produk kosmetik yang beredar dipasaran dengan berbagai merek yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk yang tepat dan berkualitas sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tujuan melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis keputusan pembelian produk *The Body Shop* di Bandar Lampung. penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 20.0. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden pelanggan yang berada di Kota Bandar Lampung.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_1), Promosi (X_2), berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan Harga (X_3) tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, harga, promosi dan keputusan pembelian

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PROMOTION ON
THE BODY SHOP PRODUCT PURCHASE DECISION IN BANDAR
LAMPUNG**

By

Meirin Jasuma Putri

Management, Faculty of Economics and Business, University of Lampung

This research is motivated because currently there are many cosmetic products circulating in the market with various brands that are considered by consumers to choose the right and quality products so it is necessary to know what factors influence the purchase decision.

The purpose of conducting this research is to determine and analyze the purchasing decisions of The Body Shop products in Bandar Lampung. This study uses three independent variables. This research was conducted with a quantitative descriptive method and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS 20.0. The data used are primary data obtained from the answers of 100 customer respondents who are in the city of Bandar Lampung.

The results in this study indicate that product quality (X1), promotion (X2), have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) and price (X3) has no significant effect.

Keywords: Product Quality, price, promotion and purchasing decisions