

## ABSTRAK

### **PENGARUH HARGA, LABEL BPOM DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK *SCARLETT WHITENING* STUDI DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**INES ARNESTI**

Kosmetik kini menjadi kebutuhan masyarakat, terutama wanita. Industri kosmetik telah tumbuh dan berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, mengakibatkan munculnya persaingan untuk berbagai merek produk kosmetik di Indonesia, mulai dari merek asing hingga merek lokal. Salah satu perusahaan kosmetik yang menarik perhatian peneliti adalah *Scarlett Whitening*. Masalah dari penelitian ini adalah apakah Harga, Label BPOM dan Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Scarlett Whitening* di Bandar Lampung.

Tujuan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga, Label BPOM dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian produk-produk *Scarlett Whitening*. Sampel penelitian ini sebanyak 136 responden diambil secara *nonprobability sampling* dengan kriteria responden yang telah menggunakan produk-produk *Scarlett Whitening*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, selanjutnya data dianalisis. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software* SPSS, pengujian simultan (uji f), pengujian parsial (uji t) dan analisis determinasi ( $R^2$ ).

Penelitian *R Square*, Uji t dan Uji F menunjukkan kontribusi Harga (X1), Label BPOM (X2), dan Promosi (X3) berpengaruh atau signifikan Keputusan Pembelian (Y). Hal ini berarti, indikator Harga (X1), Label BPOM (X2), dan Promosi (X3) berperan dalam mempengaruhi setiap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kata kunci: Harga, Label BPOM, Promosi, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

### **PENGARUH HARGA, LABEL BPOM DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING STUDI DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**INES ARNESTI**

*Cosmetics are now a necessity for society, especially women. The cosmetics industry has grown and developed rapidly in the last few years in Indonesia, resulting in the emergence of competition for various brands of cosmetic products in Indonesia, from foreign brands to local brands. One cosmetic company that attracted researchers' attention was Scarlett Whitening. The problem of this research is whether price, BPOM label and promotion have an influence on purchasing decisions for Scarlett Whitening products in Bandar Lampung.*

*The aim of this research was to determine the influence of price, BPOM labels and promotions on purchasing decisions for Scarlett Whitening products. The sample for this research was 136 respondents taken using non-probability sampling with the criteria of respondents who had used Scarlett Whitening products. Data was collected using a questionnaire, then the data was analyzed. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis using SPSS software, simultaneous testing (*f test*), partial testing (*t test*) and determination analysis (*R<sup>2</sup>*).*

*R Square research, *t test* and *F test* show that the contribution of price (*X1*), BPOM label (*X2*) and promotion (*X3*) has an influence or significance on purchasing decisions (*Y*). This means that the Price indicators (*X1*), BPOM Label (*X2*), and Promotion (*X3*) play a role in influencing each Purchase Decision variable (*Y*).*

***Keywords:*** Price, BPOM Label, Promotion, Purchase Decision.