

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Variasi Produk dan Strategi Promosi Melalui *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Scarlett Whitening*” ini ditulis oleh Rina Puspita Dewi, NIM. 12405173141 dengan pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan teknologi sebagai kontributor dalam kegiatan pemasaran guna menjangkau konsumen dalam kelompok yang lebih luas lagi. Banyak metode baru yang dapat diterapkan untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk atau jasa sudah sangat beragam, salah satunya dengan media sosial, yang sebagian besar menggunakan sosial media *Instagram*. Suatu perusahaan dituntut untuk melakukan tindakan dalam menciptakan keberagaman atau variasi suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Semakin baik strategi promosi yang dilakukan dan semakin beragam variasi produk akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengkaji pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*, 2) pengaruh strategi promosi melalui *Instagram* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*, 3) pengaruh variasi produk dan strategi promosi melalui *Instagram* terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen *Scarlett Whitening* yang aktif menggunakan sosial media *Instagram* dan telah melakukan minimal satu kali pembelian produk *Scarlett Whitening*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Pengujian hipotesis dengan uji t menunjukkan bahwa 1) variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*, 2) strategi promosi melalui *Instagram* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Sedangkan dari hasil uji f menunjukkan bahwa 3) variabel variasi produk dan strategi promosi melalui *Instagram* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*.

Kata kunci: Variasi Produk, Strategi Promosi, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Effect of Product Variations and Promotional Strategies Through Instagram on Purchase Decisions forProducts Scarlett Whitening" was written by Rina Puspita Dewi, NIM. 12405173141 with supervisor Siswahyudianto, MM*

*This research is motivated by the use of technology as a contributor in marketing activities in order to reach consumers in a wider group. Many new methods that can be applied to market and promote a product or service are already very diverse, one of which is social media, most of which use social media Instagram. A company is required to take action in creating diversity or variations of a product to meet consumer needs. The better the promotion strategy is carried out and the more diverse product variations will affect the level of satisfaction and consumer purchases.*

*This study aims to: 1) examine the effect of product variations on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening, 2) the effect of promotional strategies through Instagram on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening, 3) the influence of product variations and promotional strategies through Instagram on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening.*

*This research uses quantitative research. The data used are primary data obtained from distributing questionnaires to respondents, namely consumers Scarlett Whitening who actively use Instagram social media and have made at least one purchase ofproducts Scarlett Whitening. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, t test, f test, and coefficient of determination test.*

*Hypothesis testing with t test shows that 1) product variation has a significant positive effect on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening, 2) promotional strategies through Instagram have a significant positive effect on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening. Meanwhile, the results of the f test show that 3) product variations and promotional strategies through Instagram have a significant effect on purchasing decisions forproducts Scarlett Whitening.*

*Keywords: Product Variation, Promotion Strategy, Purchase Decision*