

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Kosmetik Emina” ini ditulis oleh Zuyina Taufikiyatul Husna, NIM 126405202108, pembimbing Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik yang belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga banyak produk kosmetik berbagai jenis yang beredar di pasaran.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah (1) Apakah terdapat diantara citra merek, kualitas produk dan promosi penjualan yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kosmetik Emina? (2) Apakah citra merek, kualitas produk dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kosmetik Emina?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kosmetik Emina.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Untuk teknik dalam pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik kuota sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 160 responden.

Secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kosmetik Emina. Hasil yang diperoleh yaitu variabel citra merek, kualitas produk dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh signifikan dengan nilai positif.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, promosi penjualan, keputusan pembelian

ABSTRACT

The thesis with the title "The Influence of Brand Image, Product Quality and Sales Promotion on Consumer Decisions in Purchasing Emina Cosmetics" was written by Zuyina Taufikiyatul Husna, NIM 126405202108, supervisor Lativa Hartiningtyas, M.Pd.

This research is motivated by the large number of companies operating in the cosmetics sector which have recently experienced very rapid development so that many various types of cosmetic products are circulating on the market.

The formulation of the problem in this thesis is (1) Are there brand images, product quality and sales promotions that have a significant influence on consumer decisions in purchasing Emina cosmetics? (2) Does brand image, product quality and promotion have a significant simultaneous influence on consumer decisions in purchasing Emina cosmetics?. The aim of this research is to determine the influence of brand image, product quality and sales promotion on consumer decisions in purchasing Emina cosmetics.

This research uses a quantitative approach with descriptive research type. The sampling technique uses non-probability sampling with a quota sampling technique. The number of samples used was 160 respondents.

Simultaneously, these three variables have a significant influence on consumer decisions in purchasing Emina cosmetics. The results obtained are that the variables brand image, product quality and sales promotion partially have a significant effect with positive values.

Keywords: brand image, product quality, sales promotion, purchasing decision.