

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek” yang ditulis Sindy Bashirotul Hidayah, NIM 126402213214 jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Kata kunci: promosi, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

Bagi seorang wanita, kecantikan merupakan hal yang sangat diidamkan. Perilaku perempuan yang seperti inilah yang menjadi alasan mengapa mereka menjadi pasar potensial bagi perusahaan-perusahaan skincare. Dengan munculnya beragam produk skincare di pasaran, konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan kesempatan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Perusahaan atau pemasar harus mampu menarik minat beli konsumen yang pada akhirnya akan menjadi keputusan pembelian konsumen terhadap brand tersebut. Beberapa faktor yang mempengaruhi pertimbangan keputusan pembelian yaitu promosi, kualitas produk dan harga.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek. 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek. 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di Kabupaten Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian asosiatif. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuesioner kepada masyarakat di Kabupaten Trenggalek. teknis analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda.

Pengujian data dengan SPSS 26.0 memberikan hasil yang dapat disimpulkan, yaitu 1) Variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di kabupaten Trenggalek; 2) Variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di kabupaten Trenggalek; 3) Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di kabupaten Trenggalek; 4) Variabel promosi, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian brand skincare halal MS Glow di kabupaten Trenggalek.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Promotion, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of MS Glow Halal Skincare Brand in Trenggalek Regency" written by Sindy Bashirotul Hidayah, NIM 126402213214 Department of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, Supervisor Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I.

Keywords: promotion, product quality, price, and purchase decision.

For a woman, beauty is something that is very desirable. This kind of behavior of women is the reason why they are a potential market for skincare companies. With the emergence of a variety of skincare products on the market, consumers have more choices and opportunities to choose products that suit their needs and desires. Companies or marketers must be able to attract consumer buying interest which will ultimately be a consumer purchase decision for the brand. Some of the factors that affect the consideration of purchasing decisions are promotion, product quality and price.

The objectives of this study are: 1) To find out and analyze the influence of promotion, product quality, and price together (simultaneously) on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek Regency. 2) To find out and analyze the influence of promotions on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek Regency. 3) To find out and analyze the influence of product quality on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek Regency. 4) To find out and analyze the influence of product prices on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek Regency.

This study uses a quantitative approach with the type of research used, namely associative research. In this study, the researcher used non-probability sampling with a purposive sampling technique. This study uses primary data sources, which are obtained directly from the distribution of a list of questions or questionnaires to the community in Trenggalek Regency. The data analysis technique used is the multiple linear regression analysis technique.

Data testing with SPSS 26.0 gave inconclusive results, namely 1) Promotion variables had a positive and significant effect on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek district; 2) Product quality variables have a positive and significant effect on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek district; 3) Price variables have a positive and significant effect on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek district; 4) Promotion variables, product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on the purchase decision of the MS Glow halal skincare brand in Trenggalek district.