

## ABSTRAK

Perkembangan produk kosmetik yang sangat cepat menyebabkan Wardah harus dapat bersaing untuk memperlihatkan keunggulan produknya. Konsumen yang akan mengambil keputusan pembelian wardah akan mempertimbangkan berbagai hal sebelum membeli. Pertimbangan tersebut ntara lain dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan promosi yang ditetapkan oleh perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kulitas produk terhadap keputusan pembelian produk wardah. (2) pengaruh harga terhadp keputusan pembelian produk wardah. (3) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk wardah.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen toko kosmetik Iora. Sampel penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Squential Sampling* sebanyak 60 orang berdasarkan dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,992 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Harga tidak berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini di buktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  -0,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,511. Sedangkan promosi berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini di buktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,344 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan hasil statistik uji simultan dapat disimpulkan bahwa kualits produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk wardah, hal ini di buktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,268 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 serta koefisien determinasi sebesar 0,280 yang berarti keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, dan promosi sebesar 28% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## ABSTRACTION

*The rapid development of cosmetic products has made Wardah have to compete to show the superiority of its products. Consumers who will make wardh purchasing decisions will consider various things before buying. These considerations are influenced by product quality, price, and promotions set by the company.*

*This study aims to determine (1) the effect of product quality on wardah product purchasing decisions. (2) the effect of price on purchasing decisions for Wardah products. (3) the effect of promotion on purchasing decisions for Wardah products.*

*The population in this study were consumers of cosmetic shop Iora. The sample of this study was determined by purposive sampling technique with a sampling technique of Sequential Sampling of 60 people based on predetermined criteria.*

*The results showed that product quality had a partial effect on wardah product purchasing decisions, this was evidenced by the t-count value of 3.992 and a significance value of 0.000. Price does not have a partial effect on wardah product purchasing decisions, this is evidenced by the t-count value -0.661 and a significance value of 0.511. While promotion has a partial effect on wardah product purchasing decisions, this is evidenced by the t value of 3.344 and a significance value of 0.001. Based on the results of the simultaneous test statistics, it can be concluded that product quality, price, and promotion have a simultaneous effect on wardah product purchasing decisions, this is evidenced by the F\_count value of 7.268 and a significance value of 0.000 and a coefficient of determination of 0.280 which means the purchase decision can be explained by variable product quality, price, and promotion by 28%, while the rest is explained by other variables not included in this study.*