

Annisaa Nurul Fitri, 10220213

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan data primer kualitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastitas, uji multikolinearitas, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data valid yang dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh secara langsung atau secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sedangkan variabel kualitas produk, dan harga berpengaruh secara langsung atau secara parsial terhadap keputusan pembelian produk skincare Skintific serta variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel harga.

Kata Kunci : *Keputusan Pembelian, Promosi, Kualitas Produk, Harga*
(xii + 66 + Lampiran)
Daftar Pustaka (2008-2022)