

Nazwa Nisrina Salsabilla, 11222423

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* NPURE FACE TONER CENTELLA ASIATICA PADA KALANGAN REMAJA

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Npure Face Toner Centella Asiatica Pada Kalangan Remaja.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji Parsial, Uji Simultan, serta Uji Koefisien Determinan. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner, dan data yang valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat bantu pengumpulan yang digunakan adalah SPSS v24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan Promosi dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Variabel Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian dari adjusted R menunjukkan nilai sebesar sebesar 56,3%, sedangkan sisanya (43,7%) dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penulisan ini adalah seperti Kualitas Pelayanan, Harga, dan Electronic Word of Mouth (E-WOM).

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Pengaruh Citra Merek, Pengaruh Promosi, Keputusan Pembelian.*

(xi + 55 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2019 - 2024)