

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah Di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

Delvi Krisdiyan Putri

Dosen Pembimbing

Wenda Wahyu Chistiyanto,SE., MM.

Penelitian ini hanya mengukur pengaruh variabel kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah seluruh pengguna/ konsumen kosmetik di Jombang dengan sampel berjumlah 96 responden, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk yang baik mampu mendorong Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang artinya semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang demikian juga sebaliknya Kualitas Produk yang rendah, maka Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang juga rendah dan Promosi yang baik mampu mendorong Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang artinya semakin baik promosi maka semakin tinggi Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang, demikian juga sebaliknya promosi yang rendah, maka Keputusan pembelian konsumen produk kosmetik Wardah di Jombang juga rendah

Kata Kunci: promosi, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian