

ABSTRAK

Shania Jayanti. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro". Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ratmono, S.E.,M.M. Pembimbing (II) H. Suryadi, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, promosi dan persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk skincare pada ms glow by fazia beauty kota metro. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Fazia Beauty Kota Metro dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan maka penelitian menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, dan kuesioner. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji homogenitas dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro, Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada Ms Glow By Fazia Beauty Kota Metro.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Persepsi Harga, Keputusan Pembelian