

ABSTRAK

Windi Krisdayanti (1199240184) : “Pengaruh Kualitas Produk dan Kebijakan Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Pinkflash* pada Santriwati Pondok Pesantren Al – Hidayah 2 Sindangreret Bandung”.

Saat ini produksi kosmetik mengalami peningkatan yang cukup pesat, dikarenakan sudah menjadi kebutuhan bagi setiap wanita di Indonesia termasuk santriwati mulai dari merek lokal hingga internasional menawarkan berbagai macam produk kosmetik dengan keunggulan dari produk kecantikan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Kualitas Produk, Kebijakan Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik *Pinkflash* pada Santriwati pondok Pesantren Al – Hidayah 2 angkatan 2019 – 2022 Sindangreret Bandung.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik quota sampling yaitu berdasarkan kriteria yang telah peneliti tetapkan sampai jumlah kuota yang diinginkan terpenuhi yaitu pengguna produk kosmetik *Pinkflash* pada santriwati Al – Hidayah 2 Sindangreret Bandung.

Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner secara online. Teknik analisis menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linear Berganda, Uji-t (parsial), Uji-F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Setelah melakukan pengujian terhadap hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 4.092 + 0.123X_1 + 0.290X_2 + 0.181X_3$. Dari persamaan tersebut dapat disimpulkan nilai dari konstanta (a) bernilai positif yaitu 4.092 nilai tersebut memiliki arti ketika kualitas produk (X_1), Kebijakan Harga (X_2), dan promosi (X_3) bernilai Nol (0) maka hasil per-hitungan keputusan pembelian (Y) dengan menggunakan persamaan di atas nilainya adalah positif 4.092.

Berdasarkan hasil perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel, menghasilkan kesimpulan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $15.394 > 2.76$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk (X_1), Kebijakan Harga (X_2), dan promosi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) produk kosmetik *Pinkflash* pada santriwati pondok pesantren Al – hidayah 2 sindangreret bandung.

Pada pengujian secara simultan menyatakan kualitas produk (X_1), Kebijakan Harga (X_2), dan promosi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dijelaskan bahwa nilai dari R square 0.339 atau 33,9% itu berarti keputusan pembelian (Y) sebesar 33,1% dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu kualitas produk (X_1), Kebijakan Harga (X_2), dan promosi (X_3) Sedangkan sebesar 60.1% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini tergolong memiliki tingkat hubungan yang sedang antar variabel.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.