

ABSTRAK

Helwa Nisa (1209220030): PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC

Persaingan ketat dalam industri kosmetik menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk Somethinc, sebagai salah satu pemain dalam industri ini, harus mampu merespons dinamika pasar dengan tepat. Salah satu cara untuk tetap kompetitif adalah dengan memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti promosi, harga, dan sertifikasi halal. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk, sementara harga yang kompetitif dapat mempengaruhi persepsi nilai produk di mata konsumen. Sertifikasi halal, terutama di pasar dengan mayoritas konsumen Muslim, menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh promosi, harga, dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Somethinc.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, harga, dan sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian produk Somethinc. Dengan memahami pengaruh masing-masing faktor tersebut, perusahaan dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan dari 100 responden yang merupakan konsumen produk Somethinc. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh variabel independen (promosi, harga, sertifikasi halal) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil penelitian ini yaitu Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ($0,000 < 0,05$), Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ($0,042 < 0,05$), Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ($0,000 < 0,05$).

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu Terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian hal ini dikarenakan sebagian masyarakat tidak mengenal produk yang dipasarkan harapannya melalui promosi dapat memperkenalkan kepada masyarakat Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan harga yang masih terjangkau dapat membuat orang mempertimbangkan kembali untuk membeli barang tersebut sesuai kebutuhan. Terdapat pengaruh antara sertifikasi halal terhadap keputusan pembelian hal ini disebabkan karena dapat membangun rasa percaya pada pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : Harga, Keputusan Pembelian, Promosi, Sertifikasi Halal