

ABSTRAK

Analisis pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada lipstick Wardah di Wilayah Sabar-Subur Kotabumi Tangerang (dibimbing oleh Jatmiko).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan tidak berpengaruh pada produk, harga, tempat dan promosi pada lipstick wardah. Produk yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada lipstick Wardah. Harga yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian lipstick Wardah. Tempat yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada lipstick wardah. Promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperlukan 195 responden yang berasal dari 39 pernyataan kuesioner. Responden peneliti ini ini adalah responden yang pernah membeli, menggunakan pada lipstick Wardah. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun signifikan. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada lipstick Wardah. Sedangkan Tempat tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun signifikan. Dan juga promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada lipstick Wardah.

Kata Kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi dan Keputusan Pembelian.

ABTRACK

The influence analysis of Product, Price, Place and Promotion of the purchasing decisions in the Territory Wardah lipstick-Sabar Subur Kotabumi Tangerang (guided Jatmiko).

This study aims to determine the effects between product, price, place and promotion at Wardah lipstick. Products that influence purchase decisions on Wardah lipstick. Products that do not affect the purchase decisions on Wardah lipstick. Prices influence on purchase decisions Wardah lipstick. The place does not affect the purchase decisions on Wardah lipstick. In this study, the independent variables consist of product, price, place and promotion, while the dependent variable is the purchase decision.

The method used is sampling purposive sampling method with the number of samples required 195 respondents from 39 statement questionnaire. The researchers respondents are respondents who have bought, used in Wardah lipstick. The method used is multiple linear regression analysis.

These results indicate that the product does not affect the purchase decision but significant. Price influence on purchase decisions on Wardah lipstick. While the place does not affect the purchase decision but significant. And also the promotion of influence on purchase decisions on Wardah lipstick.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion and Purchase Decision.*