

## ABSTRAK

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik La Tulipe di Sidoarjo” bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik La Tulipe di Sidoarjo baik secara simultan maupun parsial

Populasi dalam penelitian ini tidak terhingga yaitu konsumen pembeli produk kosmetik La Tulipe dengan sampel 50. Berdasarkan teori dari sugiyono dimana jumlah satu variabel dikali sepuluh jadi jika penelitian ini menggunakan 5 variabel (Harga  $x_1$ , Produk  $x_2$ , Kualitas Layanan  $x_3$  Promosi  $x_4$  dan Keputusan Pembelian  $Y$ ) =  $10 \times 5 = 50$

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis parsial dengan t test dan uji simultan dengan f test. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 23. Setelah diadakan pengujian didapat hasil regresi linier berganda dengan SPSS 23

$Y = 0,382 - 0,133 X_1 + 0,453 X_2 + 0,186 X_3 + 0,317 X_4$  hal ini berarti nilai konstanta yaitu sebesar 0,382, menyatakan bahwa jika variabel harga ( $x_1$ ), produk ( $x_2$ ), kualitas pelayanan ( $x_3$ ), dan promosi ( $x_4$ ) sama dengan nol atau ditiadakan maka besarnya keputusan pembelian kosmetik La Tulipe di wilayah Sidoarjo yaitu sebesar 0,382

Hasil pengujian memperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3.007 dengan signifikan 0.000, nilai  $t_{hitung}$  masing – masing variabel Harga  $-0,856 < 1,9876$  Produk  $2,397 > 1,9876$  Kualitas Layanan  $1,368 < 1,9876$  Promosi  $-3,217 < 1,9876$ .

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa variabel Harga ( $x_1$ ), Produk ( $x_2$ ), Kualitas Layanan ( $x_3$ ), Promosi ( $x_4$ ) berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian ( $y$ ). Dan Variabel Produk adalah variabel yang dominan.

**Kata Kunci :** Harga, Produk, Kualitas Layanan dan Promosi

## ABSTRACT

This study, entitled "Effects of Price, Product, Quality of Service and the Campaign Against Buying Decision Cosmetic La Tulipe in Sidoarjo" aims to determine the effect of Price, Product, Quality of Service and the Campaign Against Buying Decision Cosmetic La Tulipe in Sidoarjo either simultaneously or partially.

The population in this study is not infinite, namely consumer buyers with samples of cosmetic products La Tulipe 50. Based on the theory of Sugiyono where the number one variable dakali ten so if this study using five variables (Price  $x_1$ ,  $x_2$  Product, Quality of Service  $x_3$  and  $x_4$  Promotion Purchase Decision  $Y$ ) =  $10 \times 5 = 50$ .

This study is using multiple linear regression with partial hypothesis testing by t-test and test simultaneously with f test. Test equipment used is the technique of multiple linear regression analysis with SPSS software 23. Having conducted the test results obtained multiple linear regression with SPSS 23  $Y = 0.382 + 0.133 X_1 + 0.453 X_2 + 0.186 X_3 + 0.317 X_4$  this means constant value that is equal to 0.382, stating that if the price variable ( $x_1$ ), product ( $x_2$ ), quality of service ( $x_3$ ), and promotion ( $x_4$ ) equal with zero or abolished then the amount of the purchase decision kosmetik La Tulipe in the Sidoarjo region that is equal to 0.382

The test results obtained calculated F value of 3007 to 0000 significantly, tcount each - each variable Price -0.856 <1.9876 2.397 Products> Quality of Service 1.368 1.9876 <1.9876 -3.217 Promotion <1.9876.

Based on the results of the study, that variable Price ( $x_1$ ), Product ( $x_2$ ), Quality of Service ( $x_3$ ), Promotion ( $x_4$ ) significant influence simultaneously and partially to the purchase decision variable ( $y$ ). And Variable products is the dominant variable.

Keywords: Price, Product, Quality of Service and Promotion