

## ABSTRAK

Maybelline adalah merek kosmetik no. 1 di dunia, terdepan dalam kualitas dan inovasi dengan identitas New York yang modern. Maybelline menawarkan lebih dari 200 produk kosmetik, mulai dari *make-up* wajah, mata, hingga bibir yang salah satu produknya adalah *Ultra Cover BB Cream*. Di Indonesia produk-produk Maybelline sudah tersedia di *offline store* maupun *e-commerce*, salah satu counter-nya terdapat di Watsons Ciplaz Karawang yang merupakan peritel produk kesehatan dan kecantikan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Ultra Cover BB Cream* Maybelline. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif, teknik pengumpulan data sekunder dengan cara studi kepustakaan seperti teori-teori yang mendasari penelitian. Sampel yang diambil yaitu 100 konsumen. Pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan teknik analisis data yaitu analisis statistik deksrptif, uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi sederhana, koefisien korelasi, uji hipotesis T dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk *Ultra Cover BB Cream* Maybelline. Hasil penelitian dengan uji T memperlihatkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  persepsi harga sebesar 9,228, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan nilai  $t_{tabel}$  ( $9,228 > 1,987$ ). Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pembelian pada *Ultra Cover BB Cream* Maybelline di Watsons Ciplaz Karawang

Saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti yaitu Maybelline hendaknya memperhatikan dalam menentukan harga *Ultra Cover BB Cream* agar persepsi konsumen mengenai harga tetap terjangkau, memperhatikan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan meningkatkan strategi pemasaran *Ultra Cover BB Cream*. Sehingga dapat mempertahankan konsumen untuk selalu berbelanja atau menggunakan *Ultra Cover BB Cream* Maybelline.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, Maybelline

## **ABSTRACT**

*Maybelline is the world's no. 1 cosmetics brand, leading in quality and innovation with a modern New York identity. Maybelline offers more than 200 cosmetic products, ranging from make-up face, eyes, to lips which one of the products is Ultra Cover BB Cream. In Indonesia Maybelline products are already available in offline stores and e-commerce, one of the counters is in Watsons Ciplaz Karawang which is a retailer of health and beauty products.*

*The purpose of this study is to find out how much influence price perception has on purchasing decisions on Ultra Cover BB Cream Maybelline products. The research method used by researchers is quantitative method, secondary data collection technique by means of literature study such as the theories underlying the research. The samples taken were 100 consumers. Data processing obtained using data analysis techniques, namely descriptive statistical analysis, validity test, reliability test, normality test, heteroskedasticity test, autocorrelation test, simple regression analysis, correlation coefficient, T hypothesis test and determination coefficient.*

*Based on the results of research that has been done there is an influence of price perception on the purchase decision on the product Ultra Cover BB Cream Maybelline. The results of the study with the T test showed that the value of price perception  $t_{hitung}$  of 9,228, with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05.  $t_{hitung}$  is greater than the value of  $t_{tabel}$  ( $9,228 > 1,987$ ). So it was concluded that the price perception had a positive and significant effect on the purchase decision on Ultra Cover BB Cream Maybelline at Watsons Ciplaz Karawang*

*The advice that can be put forward by researchers is that Maybelline should pay attention in determining the price of Ultra Cover BB Cream so that consumer perception of the price remains affordable, pay attention to the factors that consumers consider to make purchasing decisions and improve the marketing strategy of Ultra Cover BB Cream. So as to maintain consumers to always shop or use Ultra Cover BB Cream Maybelline.*

*Keywords:* Price Perception, Purchasing Decision, Maybelline

## ABSTRAK

Maybelline mangrupikeun mérek kosmetik no. 1 di dunya, anu mayunan kualitas sareng inovasi kalayan idéntitas New York anu modéren. Maybelline nawiskeun langkung ti 200 produk kosmétik, mimitian ti make-up kanggo raray, panon, sareng lambey, salah sahijina nyaéta *Ultra Cover BB Cream*. Di Indonésia, produk Maybelline sayogi di toko offline sareng e-commerce, salah sahiji lokét nyaéta Watsons Ciplaz Karawang anu mangrupakeun pangecér produk kaséhatan sareng kageulisan.

Tujuan tina panilitian ieu nyaéta pikeun milarian terang sabaraha pangaruh persépsi harga dina kaputusan kaputusan dina produk *Ultra Cover BB Cream Maybelline*. Métode panalungtikan anu digunakeun ku panalungtik nyaéta metode kuantitatif, téhnik ngumpulkeun data sekundér ku cara diajar pustaka sapertos tiori tiori anu aya dina dasar panalungtikan. Sampel anu dicandak nyaéta 100 konsumén. Ngolah data diala ngagunakeun téhnik analisis data nyaéta analisis statistik deskriptif, tés validitas, tés reliabilitas, tés normalitas, tés hétérosédédititas, tés autokorélasí, analisis régrési saderhana, koefisien korélasí, tés hipotésis T sareng koefisien déterminasi.

Dumasar kana hasil panilitian anu parantos dilakukeun, dipikaterang aya pangaruh tina persepsi harga kana kaputusan pamésan dina produk *Ultra Cover BB Cream Maybelline*. Hasil tina panilitian sareng tés T nunjukkeun yén nilai itungan harga anu ditanggap nyaéta 9,228, kalayan nilai signifikansi 0,000 anu langkung alit ti 0,05. Nilai t hitung langkung ageung tibatan nilai t tabel ( $9.228 > 1.987$ ). Janten tiasa dicindekkeun yén persepsi harga ngagaduhan pangaruh anu positip sareng penting pikeun kaputusan mésér dina *Maybelline Ultra Cover BB Cream* di Watsons Ciplaz Karawang.

Saran anu tiasa ditepikeun ku panaliti, nyaéta Maybelline, kedah merhatoskeun pikeun nangtoskeun harga *Ultra Cover BB Cream* supados persepsi konsumén ngeunaan harga tetep terjangkau, merhatoskeun faktor anu dianggap ku konsumén pikeun nyandak kaputusan pameseran sareng ningkatkeun strategi pemasaran *Ultra Cover BB Cream*. Supados tiasa ngajagi konsumen sok balanja atanapi ngagunakeun *Maybelline's Ultra Cover BB Cream*.

Kecap konci: Persépsi Harga, Kaputusan Mésér, Maybelline