

ABSTRAK

Airin Beauty merupakan salah satu brand produk kecantikan yang berdiri pada tahun 2012 dengan berbagai produk kecantikan dan *treatment* yang beragam. Hal ini penting dikarenakan adanya kualitas produk dan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analitis dengan pendekatan kuantitatif yang pengumpulan datanya berdasarkan hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diidentifikasi bahwa kondisi Promosi Penjualan berada dalam kondisi baik tetapi ada beberapa indikator yang perlu ditingkatkan yaitu indikator *Personal Selling* agar lebih optimal. Sedangkan kondisi Kualitas Produk sudah dalam kondisi baik tetapi ada beberapa indikator yang perlu ditingkatkan yaitu indikator *Features* dan *Aesthetics* agar penilaian produk dari konsumen lebih optimal. Kondisi pada Keputusan Pembelian produk Airin Beauty pada Marketplace Shopee sudah berada dalam kondisi yang sangat baik. Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil penelitian diketahui bahwa Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian termasuk ke dalam kategori yang cukup dengan presentase pengaruh sebesar 45%.

Saran peneliti terhadap Airin Beauty ialah diharapkan dapat memaksimalkan penjualan personal dan peningkatkan produk agar lebih beragam dan memiliki kemasan yang unik. Saran bagi peneliti selanjutnya mampu mengembangkan penelitian ini dengan variabel lain dan objek yang lain.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Airin Beauty is a beauty product brand that was founded in 2012 with a variety of beauty products and treatments. This is important because of the quality of the product and the promotions carried out to increase purchasing decisions.

The research method used is an analytical descriptive method with a quantitative approach where data collection is based on the results of observations, interviews and questionnaires. The data analysis techniques used are multiple regression analysis, Spearman rank correlation coefficient test, coefficient of determination and hypothesis testing.

Based on the research results, it can be identified that the Sales Promotion condition is in good condition, but there are several indicators that need to be improved, namely the Personal Selling indicator to be more optimal. Meanwhile, the product quality condition is already in good condition, but there are several indicators that need to be improved, namely the Features and Aesthetics indicators so that consumer product assessment is more optimal. The condition of the decision to purchase Airin Beauty products on the Shopee Marketplace is in very good condition. Based on the data obtained and research results, it is known that the influence of sales promotion and product quality on purchasing decisions is included in the sufficient category with an influence percentage of 45%.

The researcher's advice to Airin Beauty is that it hopes to maximize personal sales and improve products so they are more diverse and have unique packaging. Suggestions for future researchers are to develop this research with other variables and other objects.

Keywords: Sales Promotion, Product Quality, Purchasing Decision

ABSTRAK

Airin Beauty nyaéta merek produk kecantikan anu diadegkeun taun 2012 kalayan rupa-rupa produk kageulisan sareng perawatan. Ieu penting kusabab kualitas produk sareng promosi anu dilaksanakeun pikeun ningkatkeun kaputusan pameseran.

Métode panalungtikan anu digunakeun nyaéta métode déskriptif analitik kalawan pendekatan kuantitatif dimana ngumpulkeun data dumasar kana hasil observasi, wawancara jeung angket. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis régrési ganda, uji koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi jeung uji hipotésis.

Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa diidéntifikasi yén kaayaan Promosi Penjualan aya dina kaayaan alus, tapi aya sababaraha indikator anu kudu dironjatkeun, nya éta indikator Penjualan Pribadi sangkan leuwih optimal. Samentara éta, kondisi kualitas produk geus aya dina kaayaan alus, tapi aya sababaraha indikator anu kudu dironjatkeun, nya éta indikator Fitur jeung Estetika sangkan penilaian produk konsumen leuwih optimal. Kaayaan kaputusan mésér produk Airin Beauty di Pasar Shopee dina kaayaan anu saé pisan. Dumasar kana data anu dimeunangkeun sarta hasil panalungtikan, dipikanyaho yén pangaruh promosi penjualan jeung kualitas produk kana kaputusan meuli kaasup kana katégori cukup kalawan prosentase pangaruh 45%.

Saran panalungtik ka Airin Beauty nyaéta yén éta ngaharepkeun pikeun maksimalkeun penjualan pribadi sareng ningkatkeun produk supados langkung beragam sareng gaduh bungkus anu unik. Saran pikeun panalungtik ka hareup nya éta mekarkeun ieu panalungtikan kalawan variabel séjénna jeung objék séjén.

Kunci: Promosi Panjualan, Kualitas Produk, Kaputusan Meuli