

## ABSTRAK

Bagi para wanita kosmetik merupakan kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan sehari-hari menciptakan peluang bagi produsen kosmetik untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Salah satu perusahaan di Indonesia yang sudah mempunyai citra merek yang baik adalah Unilever. Unilever adalah perusahaan multiproduk. Produk-produk yang dihasilkan antara lain adalah *food and drink, home care, dan personal care*. Produk kosmetik pada kategori *personal care* yang dihasilkan oleh Unilever salah satunya *hand body lotion Vaseline*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada pengguna *hand body lotion Vaseline* di toko yurri di era kosmetik kota Cimahi) penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi bahwa *hand body lotion Vaseline* masih belum maksimal dalam menerapkan Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 82 responden. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Dan untuk metode analisis yang digunakan meliputi regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan maupun secara parsial. Secara simultan pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 89,5%. Sedangkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian memberikan pengaruh sebesar 31,4%, Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian memberikan pengaruh sebesar 30,4% dan Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian memberikan pengaruh sebesar 27,7% dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Hand Body Lotion Vaseline*.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*For women, cosmetics are a daily necessity. Daily needs create opportunities for cosmetic manufacturers to create products that suit consumer needs. One company in Indonesia that already has a good brand image is Unilever. Unilever is a multi-product company. The products produced include food and drink, home care and personal care. Cosmetic products in the personal care category produced by Unilever include Vaseline hand body lotion. This research aims to determine the influence of Product Quality, Price Perception and Sales Promotion on Purchasing Decisions (case study of Vaseline hand body lotion users at the Yurri Cosmetic Store in Cimahi City). This research was conducted based on the phenomenon that occurs that Vaseline hand body is still not optimal in applying Product Quality, Price Perception and Sales Promotion on Purchasing Decisions. The research method used was descriptive and verification methods with a sample size of 82 respondents. Meanwhile, the data collection techniques used in this research are observation, interviews and distributing questionnaires. And the analytical methods used include multiple linear regression, multiple correlation and coefficient of determination. The results of this research show that there is a positive and significant influence between Product Quality, Price Perception and Sales Promotion on Purchasing Decisions simultaneously or partially. Simultaneously the influence of Product Quality, Price Perception and Sales Promotion on Purchasing Decisions is 89.5%, while partially Product Quality influences Purchasing Decisions giving an influence of 31.4%, Price Perception influences Purchasing Decisions giving an influence of 30.4% and Sales Promotion has an influence on Purchasing Decisions, giving an influence of 27.7%. It can be concluded that Product Quality, Price Perception and Sales Promotion have a significant and influential effect on Purchasing Decisions on Vaseline Hand Body Lotion Products.*

**Keywords : Product Quality, Price Perception, Sales Promotion, Purchasing Decisions**