

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan dan harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen produk *skincare* Laidlunos di Kota Bandung. Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri kosmetik, strategi pemasaran yang efektif seperti iklan dan penetapan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 94 responden yang merupakan konsumen *skincare* Laidlunos di Kota Bandung. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui sejauh mana variabel iklan dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik iklan maupun harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Iklan memiliki pengaruh positif yang menunjukkan bahwa kualitas dan daya tarik iklan Laidlunos mampu meningkatkan minat beli konsumen. Di sisi lain, harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Temuan ini menyarankan bahwa perusahaan perlu meningkatkan kualitas iklan dan memperhatikan strategi penetapan harga agar lebih kompetitif di pasar. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengelola *skincare* Laidlunos dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen di tengah persaingan yang ketat.

Kata Kunci : Iklan, Harga, Proses Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of advertising and price on the consumer purchasing decision process for Laidlunos skincare products in Bandung City. As competition in the cosmetics industry increases, effective marketing strategies such as advertising and pricing have become important factors influencing consumer purchasing decisions. This research uses a quantitative approach with a survey method of 94 respondents who are Laidlunos skincare consumers in Bandung City. Data were analyzed using multiple linear regression to determine the extent to which advertising and price variables influence purchasing decisions. The research results show that both advertising and price have a significant influence on consumer purchasing decisions. Advertising has a positive influence which shows that the quality and attractiveness of Laidlunos advertising is able to increase consumer buying interest. On the other hand, price also influences purchasing decisions. These findings suggest that companies need to improve advertising quality and pay attention to pricing strategies to be more competitive in the market. Thus, this research provides important insights for Laidlunos skincare managers in developing more effective marketing strategies to attract and retain consumers amidst intense competition.

Keywords: Advertising, Price, Purchasing Decision Process.