

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan adalah elemen yang dapat mempengaruhinya. Responden merupakan konsumen yang membeli dan menggunakan bedak wajah viva di Kota Semarang dan kemudian akan diteliti pengaruh kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplansif, dengan populasi sebanyak 100 responden yang membeli dan menggunakan produk bedak wajah viva di Kota Semarang dengan cara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan pengukuran skala Likert. Metode analisis menggunakan korelasi dan regresi berganda menggunakan SPSS.

Hasil penelitian ini adalah kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan mempengaruhi keputusan pembelian dengan hubungan yang positif. Artinya ketika faktor dari variabel independen seperti kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan meningkat maka keputusan pembelian bedak wajah viva di Kota Semarang juga meningkat secara signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : Keputusan pembelian, kualitas produk, desain produk, persepsi harga, dan iklan.