

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Klinik Kecantikan Natasha Skin Care Kudus**

**EVA NOVIANA PUSPITA SARI**

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202599@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Besarnya kebutuhan seseorang untuk merawat diri agar terlihat cantik dan berkembangnya gaya hidup kaum wanita dan laki-laki, pada akhirnya memberikan pengaruh yang besar bagi pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Implikasi strategis yang dihasilkan dari temuan ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian. Objek penelitian ini adalah klinik kecantikan Natasha Skin Care yang bercabang di Kudus.

Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, uji reliabilitas, uji validitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastitas, uji normalitas, uji f, uji t dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini variabel kualitas produk, harga memiliki hubungan yang positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di klinik kecantikan natasha skin care, sedangkan variabel promosi, citra merek, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di klinik kecantikan Natasha Skin Care di Kudus

Kata Kunci : Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek , Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

**The Influence of Product Quality, Price, Promotion, Brand Image and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions in Natasha Skin Care Beauty Clinic Kudus**

**EVA NOVIANA PUSPITA SARI**

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202599@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

The magnitude of the need for someone to take care of themselves in order to look beautiful and growing lifestyles of women and men, in the end it gives a great influence for the rapid development of the beauty industry in Indonesia. The purpose of this study is to determine the influence of product quality, price, promotion, brand image, and service quality on purchasing decision. The Strategic implications of these findings can identify factors into consideration in purchasing decisions. The object of this study is Natasha skin care beauty clinic Kudus.

The samples used in this study are 100 respondents, using the technique of purposive sampling and testing the hypothesis uses multiple linear regression method, reliability test, validity test, multicollinierity test, heteroscedasticity test, normality test, F test, t test and the coefficient of determination.

Based on the results of this study variable of products quality and price have a positive relationship but did not significantly influence the consumer purchasing decisions in Natasha Skin Care beauty clinic. Whereas variable promotion, brand image, and service quality are positively and significantly influence on costumer purchasing decision in Natasha skin care beauty clinic.

Keyword : product quality , price, promotion, brand image, service quality and purchasing decisions