

ABSTRAK

Diah Rani Atika Sari, NIM 1720310114, Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlabel Halal Wardah (Studi Kasus Konsumen Wardah di Kudus).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, citra merek dan variasi produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik berlabel halal Wardah di Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wardah di Kudus dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala likert dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung $7,617 > t$ tabel $1,660$). Variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung $8,203 > t$ tabel $1,660$). Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung $3,570 > t$ tabel $1,660$). Secara bersama-sama variabel Promosi, Citra Merek dan Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (F hitung $28,186 > 2,69$).

Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, Variasi Produk dan Keputusan Pembelian