

**Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap
Keputusan Pembelian *Skincare* oleh Pria di Kota Langsa**

**Varika Eka
NIM. 19.02.01.035**

**Komisi Pembimbing :
Rahmi Meutia, S.E., M.S.M
Maulana Rahman, S.E., M.Si**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* oleh pria di Kota Langsa, Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden dengan kriteria sudah menggunakan produk *skincare* pria dan memiliki usia minimal 17 tahun dan maksimal 35 tahun. Metode analisis dasar menggunakan regresi linier berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*). Hasil penelitian ini menunjukkan $Y = 4,982 + 0,271X_1 + 0,267X_2 - 0,247X_3 + 0,691X_4$. Hasil uji t menyatakan bahwa faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* oleh pria di Kota Langsa, faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* oleh pria di Kota Langsa, faktor kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* oleh pria di Kota Langsa, dan faktor gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* oleh pria di Kota Langsa. Hasil uji f menyatakan bahwa promosi, harga, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *skincare* oleh pria di Kota Langsa. Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R²*) 0,683 atau sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.