

**PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL, KUALITAS PRODUK,
HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SCARLETT WHITENING
DI KALANGAN MAHASISWA
DI DENPASAR**

ABSTRAK

Pasang pasar *skin care* dan *body care* di Indonesia memberikan peluang yang sangat menjanjikan. Tuntutan tampil cantik dan menawan menjadi kebutuhan primer bagi kaum hawa maupun kaum adam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi di media sosial, kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *Scarlett Whitening* di kalangan mahasiswa di Denpasar.

Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini meliputi promosi di sosial media, kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan sample sebanyak 100 orang dengan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan observasi, dokumentasi, wawancara, dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan promosi di Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Scarlett Whitening*.

Kata kunci: Promosi di Media Sosial, Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.