

ABSTRAK

Setiap perempuan dilahirkan dengan kecantikannya masing-masing. Untuk para remaja, kecantikan akan semakin terlihat sempurna jika para remaja mengerti bagaimana langkah awal yang sempurna untuk merawat kecantikannya, misalkan membersihkan wajah yang benar, mengetahui pentingnya menggunakan pelembab yang sesuai dengan kondisi kulit remaja, sampai bagaimana menggunakan *make up* yang tepat. Kecantikan menurut POND'S adalah cahaya yang terpancar dari wajah dan dari hati. cantik tidak hanya milik perempuan muda di usia produktif. Prinsip yang dijalankan UI (Unilever Indonesia) adalah ingin menghadirkan Pond's dalam rentang produk komprehensif bagi perempuan. Ada produk bagi perempuan yang kulitnya berminyak, ada pula bagi yang kulitnya kering. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh harga, produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk POND'S facial foam di Surabaya.

Obyek penelitian bertempat di Carrefour ITC Mega Grosir, Carrefour Rungkut. Jumlah responden adalah 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, uji F dan uji t yang disesuaikan dengan penelitian ini. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows versi 10.0.

Dari hasil analisis uji F, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X) yang terdiri dari harga (X_1), produk (X_2), dan promosi (X_3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian produk POND'S FACIAL FOAM di Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} (75.276) > F_{tabel} (2.68)$. Sedangkan hasil dari analisis uji t, variabel harga (X_1) mempunyai nilai $t_{hitung} (2.215) > t_{tabel} (1.985)$, artinya variabel harga (X_1) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian produk POND'S FACIAL FOAM di Surabaya. Variabel produk (X_2) mempunyai nilai $t_{hitung} (4.747) > t_{tabel} (1.985)$, artinya variabel produk (X_2) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian produk POND'S FACIAL FOAM di Surabaya. Variabel promosi (X_3) mempunyai nilai $t_{hitung} (2.293) > t_{tabel} (1.985)$, artinya variabel promosi (X_3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian produk POND'S FACIAL FOAM di Surabaya.

Nilai *Standardized Coefficient Beta* (β) POND'S Facial Foam pada harga (X_1) sebesar 0.143, produk (X_2) sebesar 0.524, dan promosi (X_3) sebesar 0.258. dari nilai yang ada, maka dapat dilihat bahwa variabel yang dominan pengaruhnya adalah produk (X_2).