

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MS GLOW FOR MEN

Oleh

Boy Sandi
1912110372

MS Glow merupakan salah satu perusahaan produk kosmetik yang berdedikasi untuk menciptakan perawatan wajah. Permasalahan dalam penelitian ini adalah kosmetik tidak memperhatikan status jenis kelamin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen MS Glow For Men. dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* sehingga diperoleh 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan analisis Cochran Q test. Hasil penelitian ini terdapat 11 atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian pada MS Glow For Men yaitu: Produk MS Glow For Men sangat baik (P1), Lokasi toko yang banyak tersebar memudahkan untuk mendapatkan MS Glow For Men (P3), Promosi MS Glow For Men menarik minat untuk membeli produk (P4), Iklan MS Glow For Men memberikan informasi yang lengkap mengenai *skincare* sehingga tertarik untuk menggunakan produk tersebut (P5), Proses pembelian MS Glow For Men yang mudah (P8), Memiliki rasa suka terhadap *skincare* MS Glow For Men (P12), MS Glow For Men memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan (P13), MS Glow For Men sudah terdaftar BPOM sehingga minim risiko (P16), Rating pada akun resmi MS Glow For Men yang baik (P18), Merek MS Glow yang sudah terkenal (P19), dan Produk MS Glow For Men mendapatkan hasil yang baik (P20). Pihak MS Glow yang memiliki banyak cabang dapat menggunakan faktor-faktor tersebut untuk mengetahui keputusan konsumen dalam membeli produknya.

Kata Kunci : Faktor-faktor, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING THE PURCHASE DECISION OF MS GLOW FOR MEN

**Boy Sandi
1912110372**

MS Glow is a cosmetic product company dedicated to creating facial treatments. The problem in this study is that cosmetics do not pay attention to gender status. This study aims to determine the most dominant factors that influence the purchasing decision of MS Glow For Men. The population in this study are consumers of MS Glow For Men. with the sampling technique using the Non Probability Sampling technique in order to obtain 100 respondents. The analytical method used in this study is descriptive method using the Cochran Q test analysis. The results of this study are 11 attributes that influence purchasing decisions at MS Glow For Men, namely: MS Glow For Men products are very good (P1), Store locations that are widely spread make it easy to get MS Glow For Men (P3), MS Glow For Men promotions are attractive interest in buying the product (P4), MS Glow For Men advertisements provide complete information about skincare so they are interested in using the product (P5), The process of buying MS Glow For Men is easy (P8), Has a liking for MS Glow For Men skincare (P12), MS Glow For Men provides what is wanted and needed (P13), MS Glow For Men has been registered with BPOM so there is minimal risk (P16), the rating on the official MS Glow For Men account is good (P18), the MS Glow brand is already well-known (P19), and MS Glow For Men products have good results (P20). MS Glow, which has many branches, can use these factors to determine consumer decisions in buying its products.

Keywords: Factors, Purchase Decision