

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH

Oleh

Natasha Maharani

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik Wardah di Bandar Lampung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data yang digunakan merupakan data primer, dengan sumber data yang di peroleh berdasarkan instrument dari hasil kuesioner. Metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data diolah dan dianalisis menggunakan *software* SmartPLS versi 3 dan SPSS versi 23 untuk menguji karakteristik responden. Kriteria responden yaitu konsumen yang membeli dan menggunakan kosmetik Wardah dalam pembelian 6 bulan terakhir dan berusia minimal 17 tahun. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebarakan sebanyak 150 orang.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas produk dan desain kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Sementara inovasi produk tidak memengaruhi keputusan pembelian. Keterbatasan pada penelitian yaitu peneliti hanya menyebarkan kuesioner di Bandar Lampung dan hasil inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga hasil penelitian tidak memiliki keterkaitan antar variabel. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel baru seperti referensi konsumen, loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap variabel keputusan pembelian serta memperluas jangkauan penelitian di Lampung.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT QUALITY, AND PACKAGING DESIGN ON PURCHASING DECISIONS FOR WARDAH COSMETIC PRODUCTS

By

Natasha Maharani

This study aims to examine the influence of product innovation, product quality, and packaging design on purchasing decisions for Wardah cosmetic products in Bandar Lampung.

The research used a quantitative approach. Primary data were obtained from instruments derived from questionnaires. The sampling method employed was non-probability sampling with a purposive sampling technique. The data were processed and analyzed using SmartPLS version 3 and SPSS version 23 to assess respondent characteristics. Respondents were selected based on criteria: consumers who purchased and used Wardah cosmetics within the last six months and were at least 17 years old. Data collection involved distributing questionnaires to 150 participants.

The findings revealed that product quality and packaging design significantly influence purchasing decisions, while product innovation does not affect purchasing decisions. A limitation of this study is that the questionnaires were only distributed in Bandar Lampung, and product innovation showed no significant impact on purchasing decisions, leading to a lack of inter-variable relationships in the results. Future researchers are encouraged to include new variables such as consumer references, customer loyalty, and customer trust concerning purchasing decisions and to expand the research coverage in Lampung.

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Packaging Design, Purchasing Decisions.