

**PENGARUH HARGA, KEMASAN, VARIASI PRODUK DAN  
KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK AVOSKIN BEAUTY**

**SKRIPSI**



**EISHA PUSPASARI**

**20.D1.0166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2025**

**PENGARUH HARGA, KEMASAN, VARIASI PRODUK DAN  
KONTEN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK AVOSKIN BEAUTY**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



EISHA PUSPASARI

20.D1.0166

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2025**

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh harga, kemasan, variasi produk, dan konten TikTok terhadap keputusan pembelian produk Avoskin Beauty. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi konsumen dalam membeli produk Avoskin Beauty, khususnya di Kota Semarang. Penelitian ini juga menyoroti peran digital marketing, terutama melalui platform TikTok, dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden yang memenuhi kriteria. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan responden yang terdiri dari masyarakat di Kota Semarang, khususnya Gen-Z yang pernah membeli produk Avoskin Beauty dalam kurun waktu satu tahun terakhir dan pernah melihat konten Avoskin Beauty di TikTok. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda, yang mencakup uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur pengaruh harga, kemasan, variasi produk, dan konten TikTok terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi produk dan konten TikTok adalah faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Avoskin Beauty, sementara harga dan kemasan tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Kata kunci: Harga, Kemasan, Variasi Produk, Sosial Media TikTok, Keputusan Pembelian, Avoskin Beauty.