SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO ELISHA BEAUTY SEMARANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Nama Mahasiswa :

Kelvin Kristanto

21.D1.0008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO ELISHA BEAUTY SEMARANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S.M)

Nama Mahasiswa :

Kelvin Kristanto

21.D1.0008

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Elisha Beauty di Semarang. Fokus penelitian ini adalah untuk menggambarkan hubungan antara harga, variasi produk, dan pola keputusan pembelian konsumen berdasarkan informasi yang telah tersedia. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi penetapan harga Elisha Beauty berkontribusi signifikan terhadap daya tarik konsumen, khususnya pada produk dengan harga yang kompetitif dan sesuai dengan segmentasi pasar. Selain itu, variasi produk yang ditawarkan juga menjadi faktor penting yang memungkinkan konsumen untuk memilih produk sesuai kebutuhan dan preferensi mereka, sehingga meningkatkan potensi pembelian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga dan variasi produk merupakan elemen yang saling melengkapi dalam membentuk keputusan pembelian konsumen di Elisha Beauty Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 35 responden dan dianalisis menggunakan uji t dan uji F untuk mengetahui pengaruh harga dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Harga, Variasi Produk, Keputusan Pembelian Konsumen