



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Diana Aulia Putri
Assignment title: Jurnal
Submission title: Pengaruh Kualitas Produk, Promosi menggunakan Aplikasi Tiktok dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin di Samarinda
File name: ejournal_diana_2.docx
File size: 187.62K
Page count: 11
Word count: 2,427
Character count: 15,707
Submission date: 05-Sep-2024 01:31PM (UTC+07:00)
Submission ID: 2429412592

ORIGINALITY REPORT

28%

SIMILARITY INDEX

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP.198104172005012001

Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume X, Nomor X, 20XX

eJournal Administrasi Bisnis, 2024, X(X): XXX-XXX
ISSN 2555-5408, e-ISSN 2555-5416
© Copyright 2024, <http://ejournals.unmul.ac.id/index.php/adbis/index>

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi menggunakan Aplikasi Tiktok dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin di Samarinda

Diana Aulia Putri

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda
Email: plamauliat@gmail.com

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh Kualitas Produk, Promosi menggunakan Aplikasi Tiktok, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin di Samarinda. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dimana dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden menggunakan google form. Untuk jumlah sampelnya sebanyak 100 responden menggunakan metode Purposive Sampling dengan kriteria yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu konsumen skincare Avoskin yang berdomisili di Samarinda, telah melakukan pembelian produk Skincare Avoskin, jenis kelamin Perempuan dan Laki-laki, usia 18-43 tahun. Sampel yang dipakai pada penelitian dihitung menggunakan rumus Wibisono karena populasi tidak diketahui pasti. Adapun hasil penelitian ini adalah variabel kualitas produk, promosi menggunakan aplikasi tiktok dan brand image berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk skincare Avoskin di Samarinda.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Promosi; Brand Image; Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perawatan kulit adalah serangkaian prosedur yang membantu menjaga kesehatan kulit, menyempurnakan tampilan dan tekstur kulit wajah. Dengan kesadaran merawat kulit, semakin banyak jenis skincare yang digunakan. Dari banyaknya produk skincare yang bermunculan saat ini, salah satunya adalah produk Avoskin. Avoskin adalah merek lokal dari Yogyakarta, Indonesia, yang didirikan pada tahun 2014.

Sebelum menggunakan produk skincare diwajibkan memperhatikan jenis kulit, masalah kulit yang dialami, kandungan yang ada pada skincare tersebut.