

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar, Pengaruh Promosi Penjualan, Iklan Dan *Variety Seeking Behavior* Terhadap Keputusan Pembelian Brand Skincare Ms Glow Di Kota Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner, dengan Sampel 94 responden dengan menggunakan metode teknik random sampling pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memikirkan strata yang ada. Metode Analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi berganda dengan SPSS versi 22.0.

Hasil analisis data menyimpulkan, (1.) terdapat, pengaruh positif yang tidak signifikan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian, (2.) Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan Iklan terhadap Keputusan Pembelian, (3.) Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Variety Seeking Behavior* terhadap Keputusan Pembelian. (4.) Terdapat pengaruh Positif yang signifikan Promosi Penjualan, Iklan dan *Variety Seeking Behavior* terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Iklan, *Variety Seeking Behavior*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to examine how much influence sales promotion, advertising and variety seeking behavior have on purchasing decisions for Ms Glow's skincare brand in the city of Padang. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires, with a sample of 94 respondents using the random sampling method of taking sample members from the population randomly without thinking about the existing strata. The data analysis method used is multiple regression analysis with SPSS version 22.0.

The results of the data analysis concluded, (1.) there is a positive, insignificant effect of Sales Promotion on Purchase Decisions, (2.) There is an insignificant positive effect of Advertising on Purchase Decisions, (3.) There is a significant positive effect of Variety Seeking Behavior on Buying decision. (4.) There is a significant positive effect of Sales Promotion, Advertising and Variety Seeking Behavior on Purchasing Decisions.

Keywords : Sales Promotion, Advertising, Variety Seeking Behavior, Purchase Decision.