

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh Promosi, Iklan dan *Variety seeking behavior* terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand *Skincare Ms glow*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen brand *skincare Ms glow* di kampus Upi YPTK Padang. Sementara sampel yang diambil sebanyak 70 responden dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode penyebaran data melalui survei dan penyebaran kuesioner kepada konsumen brand *skincare Ms glow*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan SPSS versi 26. Hasil analisis data menyimpulkan bahwa variabel (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand *skincare Ms glow*. (2) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand *skincare Ms glow*. (3) *Variety Seeking Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand *skincare Ms glow*. (4) Promosi, Iklan dan *Variety Seeking Behavior* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada brand *skincare Ms glow*.

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

ABSTRAK

His study aims to determine how much influence promotion, adversiting and variety seeking behavior have on purchasing decisions foe Ms glow skincare brand. The population in this study are Ms glow costumers who shop at university Putra indonesia Yptk Padang. While the samples taken were 70 respondens using quantitative techniques. The method of collecting data is through surveys and distributing questionnaires to ms glow costumers. The data analysis method used is multiple regression analysis with SPSS version 26. Then the results of the data analyssis concluded, (1) Promotion has a positive and significant effect on purchase decision at the ms glow brand.(2) Adversiting has a positive and significant effect on purchase decision at the ms glow brand. (3) Variety Seeking Behavior has a positive and significant effect on purchase decision at the ms glow brand.(4) Promotion,Adversiting and Variety seeking Behavior has a positif and significant effect on purchase decision at the ms glow brand.

kywords : Promotion, Advertising, Variety Seeking Behavior and Purchase Decision.