

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LARISSA AESTHETIC CENTER  
YOGYAKARTA**

**(Survei Pada Larissa Aesthetic Center Cabang C. Simanjuntak Yogyakarta)**

**ENGGAR WAHYU LESTARI**

**NIM: 141130236**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
[enggarwlestari@gmail.com](mailto:enggarwlestari@gmail.com)**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini dilakukan pada Larissa Aesthetic Center Cabang C. Simanjuntak Yogyakarta. Pengambilan data dilakukan mulai bulan April sampai Juli 2018. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada klinik Larissa Aesthetic Center Cabang C. Simanjuntak Yogyakarta. 2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 3) Harga secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. 4) Promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.