

ABSTRAK

Nama WIDIA SARI
Program Studi Program Studi Manajemen
Judul Skripsi Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap
Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Pada
Remaja Di Kota Lhokseumawe)

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina Pada Remaja Di Kota Lhokseumawe. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif, dengan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, Adapun jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden yaitu berdasarkan rentang usia 10-14 sebanyak 8.898 rentang usia 15-19 sebanyak 8.399, dan usia 20-24. Perangkat yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah program SPSS versi 25. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel motivasi, kepercayaan, dan sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik EMINA pada remaja di Kota Lhokseumawe. Motivasi konsumen untuk membeli produk dipengaruhi oleh daya tarik promosi dan kebutuhan akan kosmetik yang sesuai dengan identitas mereka. Sementara itu, kepercayaan terhadap kualitas dan kehalalan produk, serta sikap positif yang terbentuk dari pengalaman menyenangkan dan desain produk yang menarik, turut memperkuat keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Motivasi, Kepercayaan, Sikap dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Nama WIDIA SARI
Study Program Management science
Judul Skripsi *The Influence of Motivation, Trust, and Attitude on
Purchase Decisions of Emina Cosmetic Products (A Study
on Adolescents in Lhokseumawe City)*

This thesis aims to determine the Influence of Motivation, Trust, and Attitude on the Purchase Decision of Emina Cosmetic Products among Adolescents in Lhokseumawe City. The method used is a quantitative method, with data analysis techniques utilizing multiple linear regression analysis. The number of respondents in this study was 100, based on the age range of 10-14 years totaling 8,898, 15-19 years totaling 8,399, and ages 20-24. The tool used to process data in this research is the SPSS program version 25. The results of the study conclude that the variables of motivation, trust, and attitude have a positive and significant effect on the purchase decision of EMINA cosmetic products among adolescents in Lhokseumawe City. Consumer motivation to purchase products is influenced by the appeal of promotions and the need for cosmetics that align with their identity. Meanwhile, trust in the quality and halalness of the product, as well as positive attitudes formed from pleasant experiences and attractive product designs, also strengthen purchase decisions.

Keywords: Motivation, Trust, Attitude and Purchasing Decisions