



PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK WARDAH PADA GENERASI Z DI JABODETABEK

YOLANDA SALSABILA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap *Purchase Decision* Produk Wardah Pada Generasi Z di Jabodetabek” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, September 2026

Yolanda Salsabila
H2401221090



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

YOLANDA SALSABILA. Pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Purchase Decision* Produk Wardah pada Generasi Z di Jabodetabek. Dibimbing oleh MA'MUN SARMA.

Persaingan industri kosmetik mendorong penerapan *sales promotion* untuk meningkatkan *purchase decision*. Wardah dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan merek kosmetik lokal berlabel halal dengan pangsa pengguna terbesar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengetahui karakteristik responden, menganalisis pengaruh *sales promotion* terhadap *purchase decision* serta unsur yang paling dominan pada produk Wardah di kalangan Generasi Z Jabodetabek, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 160 responden melalui kuesioner daring, dianalisis dengan statistik deskriptif dan PLS-SEM. Hasil menunjukkan *sales promotion* (rata-rata 3,92) dan *purchase decision* (rata-rata 4,23) memperoleh penilaian positif. *Sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* (koefisien jalur 0,751; T-statistics 19,606; P-values 0,000), menjelaskan 56,4% variasi *purchase decision*, sehingga H1 diterima. *Discount* menjadi unsur paling dominan, terutama pada ketepatan waktu pemberian potongan harga, menunjukkan pentingnya program *discount* yang mudah diakses secara daring untuk mendorong keputusan pembelian Generasi Z.

Kata kunci: generasi Z, Jabodetabek, *purchase decision*, *sales promotion*, Wardah

ABSTRACT

YOLANDA SALSABILA. The Effect of Sales Promotion on Purchase Decision for Wardah Products among Generation Z in Jabodetabek. Supervised by MA'MUN SARMA.

Competition in the cosmetics industry encourages companies to implement sales promotion to increase purchase decisions. Wardah was selected as the research object because it is a halal-certified local cosmetics brand with the largest user share in Indonesia. This study aims to identify respondent characteristics and analyze the influence of sales promotion on purchase decision, as well as determine the most dominant element in Wardah products among Generation Z in Jabodetabek. The study uses a quantitative approach with 160 respondents through an online questionnaire, analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM. The results show that sales promotion (mean of 3.92) and purchase decision (mean of 4.23) received positive assessments. Sales promotion has a positive and significant effect on purchase decision (path coefficient of 0.751; T-statistics of 19.606; P-values of 0.000), explaining 56.4% of the variance in purchase decision, thus H1 is accepted. Discount is the most dominant element, particularly in terms of the timeliness of price discounts, indicating the importance of easily accessible online discount programs in driving Generation Z's purchase decisions.

Keywords: generation Z, Jabodetabek, purchase decision, sales promotion, Wardah



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH *SALES PROMOTION* TERHADAP
PURCHASE DECISION PRODUK WARDAH
PADA GENERASI Z DI JABODETABEK**

YOLANDA SALSABILA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Nurul Hidayati, S.E., M.Si.
2. Nisa Zahra, S.T.P., M.Si.



Judul Skripsi : Pengaruh *Sales Promotion* terhadap *Purchase Decision* Produk Wardah pada Generasi Z di Jabodetabek
Nama : Yolanda Salsabila
NIM : H2401221090

Disetujui oleh

Pembimbing:

Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.

Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001

Tanggal Ujian:
4 September 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret sampai bulan September 2026 ini berjudul “Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap *Purchase Decision* Produk Wardah Pada Generasi Z di Jabodetabek”. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, waktu, ilmu, arahan, motivasi, serta saran yang membangun semangat penulis sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Seluruh dosen serta tenaga akademik Departemen Manajemen IPB yang telah memberikan pengalaman dan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
3. Kedua orangtua, yaitu Ayahanda Elvian Satya Putera dan Ibu Masayu Zaenab, serta saudara saya Magfirah Vinanda dan Irfan Fadilah yang telah memberikan doa, motivasi, serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman SMA penulis, yaitu Nur, Tatak, Ara, Rani, dan Rahel yang telah menemani, memberikan dukungan, dan menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini.
5. Teman-teman Ikatan Keluarga Mahasiswa Bumi Sriwijaya di antaranya Rima, Bintang, Dhea yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, dan rasa kekeluargaan selama penulis menempuh pendidikan di perantauan.
6. Teman-teman di kelas PKU SS07 dan kepengurusan di Jurusan Manajemen 59, yaitu Dela, Charlotte, Donita, Chesi, Rani, Zahra, Farah, Marsya, Wika Miqdad, Gill, Ryan, dan Wahyu yang telah menemani proses adaptasi penulis di lingkungan kelas dan jurusan.
7. Teman-teman Bukit Cimanggu Cemara yang senantiasa menemani keseharian penulis di tahun terakhir perkuliahan, yaitu Amjad, Diva, Silmi, Salwa, Lala, Una, Faras, Gilang, Irgi, Firman, Ucup, Dio yang memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan yang berarti.
8. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) yaitu Nadira, Sofi, Ghina, Intan, Aghil, Geri, dan Desrin yang telah berbagi pengalaman, kerja sama, dan kebersamaan selama pelaksanaan program KKN sehingga menjadi salah satu kenangan berharga bagi penulis.
9. Teman-teman magang, yaitu Alvia, Dewi, Putri, Frishe, Dhiya, Dena, Alief, Azmi, dan Faiq yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, serta pengalaman yang menyenangkan selama menjalani program magang.
10. Seluruh pihak lainnya yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan secara keseluruhan.

Bogor, September 2026

Yolanda Salsabila



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.