

ABSTRAK

Emina adalah brand kecantikan yang ada di Indonesia. Emina dijual melalui berbagai *platform*, salah satunya di toko retail Guardian yang tersebar di berbagai kota termasuk Bandung karena potensi bisnisnya yang besar. Banyaknya brand yang dijual di Guardian menimbulkan persaingan yang ketat, *Sales Promotion Girl* (SPG) Emina menyatakan, Emina mengalami penurunan dikarenakan tidak tercapainya target bulanan sebesar 20%-30% dalam beberapa waktu di 2023, *Discount* yang dimiliki *brand* Emina juga lebih kecil dibandingkan *brand* lain dan terdapat toko Guardian yang tidak memiliki SPG Emina yang memungkinkan pelanggan membeli produk lain karena pengaruh *personal selling* yang dimiliki SPG *brand* lain dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dimana pengambilan sampel dilakukan melalui metode non-probability sampling, dengan jumlah responden yang valid sebanyak 208 orang. Teknik analisis yang digunakan mencakup pendekatan deskriptif serta analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Diskon, Personal Selling, dan Keputusan Pembelian menunjukkan persentase yang sangat baik dalam kategorinya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Discount* dan *Personal Selling* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Keputusan pembelian. Secara parsial, variabel *Discount* dan *Personal selling* masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Koefisien Determinasi menghasilkan 63.7% yang berarti *Discount* dan *Personal Selling* memiliki pengaruh yang besar terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: *Discount*, *Personal Selling*, *Sales Promotion Girl*, Keputusan Pembelian, Emina, Guardian