ABSTRAKSI

Ratna Mustika Dewi, Nomor Mahasiswa 152130102, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Judul Penelitian "Pengaruh Merek, Harga, Kemasan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian" (Studi pada Pelanggan Shampoo Pantene di Pamella Enam Supermarket Yogyakarta), 2017. Dosen Pembimbing I Susanta, DR. DRS, M.Si dan Dosen Pembimbing II Adi Soeprapto, DR., S,Sos, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Merek, Harga, Kemasan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian shampoo Pantene. Penelitian menggunakan tipe *explanatory*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan shampoo Pantene di Pamella Enam Supermarket Yogyakarta yang terletak di Jalan Raya Candi Gebang, Condong catur, Yogyakarta. Ukuran sampel pada penelitian ini yaitu 96 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Systematic Random Sampling* untuk populasi tak terbatas berdasarkan jeda waktu. Teknik analisis menggunakan analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel bebas yang terdiri dari Merek, Harga, Kemasan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Secara parsial Merek, Harga, dan Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, tetapi variabel Kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,756, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Merek, Harga, Kemasan, dan Kualitas Produk berpengaruh cukup besar terhadap Keputusan Pembelian sebesar 75,6%, sedangkan sisanya yaitu 24,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Merek, Harga, Kemasan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian