

PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK IKLAN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO CLEAR PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” YOGYAKARTA

Riyan Zani Arifin

141140312

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ryanzaniarifin@gmail.com

085729678225

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian shampo clear pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, daya tarik iklan, citra merek dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa program studi manajemen Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Yogyakarta yang pernah membeli dan menggunakan shampo clear, berjumlah 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian, elemen kualitas produk, daya tarik iklan dan citra merek secara bersama-sama maupun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.