

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK < KUALITAS PRODUK < KESADARAN MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT DI DAERAH SEMANU GUNUNGGKIDUL

ANGGA RISKIYANTO

NIM. 141140067

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
Tatangrudiansyah15@gmail.com
085369351771

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial citra merek, kualitas produk, kesadaran merek dan harga terhadap keputusan pembelian pasta gigi pepsodent di daerah semanu gunungkidul. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen pasta gigi pepsodent di daerah semanu gunungkidul. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan diperoleh sebanyak 170 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa data penjualan pasta gigi. Pengolahan data kuesioner menggunakan *software* SPSS versi 16.0. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, kesadaran merek dan harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pasta gigi pepsodent pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.865, artinya 86,5 % variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dan sisanya yaitu 13,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari citra merek, kualitas produk, kesadaran merek dan harga bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci: Citra merek, Kualitas produk, Kesadaran merek, Harga dan Keputusan Pembelian