

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, harga, dan iklan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sabun Dettol. Subyek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi UPNV-Y. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, sebagai teknik pengambilan sampel dan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Data diolah dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS IBM statistics 21.

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, harga, dan iklan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, iklan, Keputusan Pembelian