

**PENGARUH PENGULANGAN IKLAN TELEVISI, DUKUNGAN
SELEBRITIS, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SAMPO PANTENE
SURVEY MAHASISWA S1 UPN “VETERAN” YOGYAKARTA**

ARTISTO ARNANDA

NIM. 141160083

**Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta**

artistoar@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengulangan iklan televisi, dukungan selebritis, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk sampo Pantene. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa S1 UPN “Veteran” Yogyakarta. Sampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan teknik *non-probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Adapun teknik pengumpulan sampel menggunakan kuesioner, data yang ada telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS* versi 25.0. berdasarkan hasil olah data menunjukkan bahwa hasil instrument penelitian valid dan reliabel. Nilai signifikansi untuk semua berada pada angka 0,000 ($\alpha=0,05$) dan memiliki nilai koefisien regresi positif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) secara bersama-sama terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengulangan iklan televisi, dukungan selebritis, dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk. (2) Secara parsial pengulangan iklan televisi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk. (3) Secara parsial dukungan selebritis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk. (4) Secara parsial persepsi kualitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Berdasarkan pada hasil penelitian ini, maka diharapkan Sampo Pantene dapat meningkatkan kualitas dan strategi pemasaran khususnya melalui periklanan.

Kata Kunci: Pengulangan iklan televisi, Dukungan Selebritis, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian