

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI, CITRA MEREK,
KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
(SURVEY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPN
“VETERAN” YOGYAKARTA)**

**LAILIA KHUSNA
NIM : 141110059**

**Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
lailiakhusna50@gmail.com**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *Strategi Diferensiasi, Citra merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pasta gigi Pepsodent* (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi UPN Veteran Yogyakarta)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai objek penelitian yaitu seluruh konsumen di lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta Pengumpulan sampel menggunakan metode Accidental sampling diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan pasta gigi Pepsodent.

Data yang diperoleh merupakan data primer yang merupakan hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada uji determinasi terdapat pengaruh sebesar 40,6% dari variabel independen (strategi diferensiasi ,citra merek, kualitas produk dan harga) terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sebanyak 59,4 % dipengaruhi oleh variabel lain dan tidak termasuk kedalam analisis regresi ini

Kata kunci : *strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk, harga, keputusan pembelian*