

ABSTRAK

Sri Rahma Yani, 2015/15053072. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Persepsi Konsumen Atas Produk Pasta Gigi Herbal HNI-HPAI di Kota Padang” Skripsi. Padang : Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang, 2019.

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh merek produk terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang, (2) Pengaruh kualitas produk terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang, (3) Pengaruh kemasan produk terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif Asosiatif. Teknik penarikan sampel adalah *convenience sampling* dengan jumlah sampelnya sebanyak 100 orang masyarakat Kota Padang yang menggunakan pasta gigi Herbal HNI-HPAI. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) merek produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang, (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang, (3) kemasan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi konsumen atas produk pasta gigi herbal HNI-HPAI di Kota Padang.

Kata kunci : persepsi konsumen, atribut produk, merek, kualitas, kemasan