

## ABSTRAK

### **Siska Mulyaningsih : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent pada Masyarakat di RW 06 Kelurahan Air Tawar Barat Padang Menggunakan Analisis Regresi Berganda**

Pasta gigi merupakan salah satu kebutuhan yang berhubungan dengan pemeliharaan dan kesehatan gigi dan gusi. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan gigi membuat produsen pasta gigi sering kali mengeluarkan pasta gigi jenis baru. Untuk dapat menarik konsumen agar melakukan pembelian, salah satunya dapat dilakukan dengan kreatifitas penciptaan atribut produk yang menarik bagi konsumen. Atribut produk dalam beberapa penelitian dan buku-buku tentang pemasaran dinyatakan sebagai komponen yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian seperti harga, produk, dan promosi atau iklan, dengan demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah faktor persepsi harga, persepsi produk, dan persepsi iklan mempengaruhi keputusan konsumen membeli pasta gigi Pepsodent pada masyarakat di RW 06 Kelurahan Air Tawar Barat Padang.

Penelitian ini merupakan penelitian terapan menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang dapat menggambarkan faktor-faktor yang berpengaruh serta memprediksi peluang keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di RW 06 Kelurahan Air Tawar Barat Padang, dimana yang menjadi sampel adalah konsumen pasta gigi Pepsodent sebanyak 60 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban konsumen pasta gigi Pepsodent menggunakan teknik wawancara terpimpin dengan bantuan kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh model dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli pasta gigi Pepsodent menggunakan analisis regresi linier berganda adalah :

$$\hat{Y} = 1,84 + 0,364 X_1 + 0,309 X_2 + 0,196 X_3$$

dengan demikian, variabel bebas (X) yang terdiri dari Persepsi Harga ( $X_1$ ), Persepsi Produk ( $X_2$ ), dan Persepsi Iklan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Konsumen membeli pasta gigi Pepsodent. Dapat diinterpretasikan bahwa variabel Persepsi Harga, Persepsi Produk, dan Persepsi Iklan mempengaruhi keputusan konsumen membeli pasta gigi Pepsodent.