

ABSTRAK

Fanny Handayani, Pengaruh Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lux. Dibimbing oleh Prof. Dr. Endang Ruswanti S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna sabun mandi cair Lux di Wilayah Kota Tangerang. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling* sebanyak 155 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel. Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, Harga, dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian