

## ABSTRAK

MAYA SENINDA ADI PUTRI. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi *Close Up* (Studi Kasus Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat). (Dibimbing Oleh R.A Nurlinda).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian, dan untuk mengetahui kualitas produk, harga dan iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta untuk mengetahui manakah variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi *Close Up*. Variabel Independen adalah Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Variabel Dependen adalah Keputusan Pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Palmerah yang membeli dan menggunakan pasta gigi *Close Up*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas produk dan iklan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan masing-masing nilai sig sebesar 0,015 dan 0,004, sedangkan harga tidak berpengaruh signifikan dengan nilai sig sebesar 0,416. Secara simultan kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig sebesar 0,000. Dan kualitas produk yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian pasta gigi *Close Up* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,332.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

MAYA SENINDA ADI PUTRI. *Effect of Product Quality, Price, and Advertising to Purchase Decision Toothpaste Close Up (Case Study District of Palmerah, West Jakarta). (Supervised by R.A Nurlinda).*

*This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions, the effect of price on purchase decisions, the influence of advertising on purchasing decisions, and to determine the quality of products, pricing and advertising jointly influence on purchase decisions. As well as to know which is the most dominant influence variable purchase decision Close Up toothpaste. Independent variables are product quality, price, advertising and Dependent Variables are purchase decision. The samples used in this study of 100 respondents. Respondents of this research is the whole society Palmerah Sub-district who buy and use toothpaste Close Up. The analytical method used in this research is Multiple Linear Regression Analysis. Results from this research that the quality of products and advertisements partially significant effect on purchasing decisions with their respective sig values of 0.015 and 0.004, while prices have no significant effect with sig at 0.416. Simultaneously the product quality, pricing, and advertising have a significant effect on purchasing decisions with sig of 0.000. And product quality are the most dominant influence purchasing decisions toothpaste Close Up with regression coefficient of 0.332.*

*Keywords: Product Quality, Price, Ads and Purchase Decision*