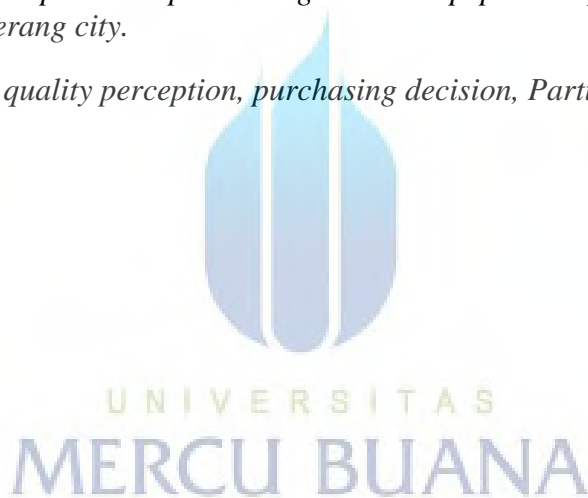


ABSTRACT

Marketing is a very important thing for a company that scattered in the field of sales of goods or services. Many things can be done to market and promote a product, One of which is social marketing activities. Social marketing is simply defined as a strategy to change social attitudes and behaviors, This social marketing activity is done by pepsodent in order to build healthy lifestyle and positive perception from society about its product. Various activities are undertaken such as social campaigns and counseling of toothbrushes together to various places in Indonesia. The purpose of this study is to determine the influence of lifestyle and quality perceptions on purchasing decisions pepsodent products. The object of this research is the general public in the region of Central Karang, Tangerang city. This study was conducted on 135 respondents by using incidental sampling technique as a sample determination technique. In this study, researchers used Structural Equation Model (SEM) method with Smart-PLS version 3.0 analysis tool. From the results of research obtained, showed that lifestyle and quality perception have positive and significant influence to purchase decision. Therefore the results of this study indicate that there is a positive and significant influence of lifestyle and quality perceptions on purchasing decisions pepsodent products in the region of Central Karang, Tangerang city.

Keywords: Lifestyle, quality perception, purchasing decision, Partial Least Square (PLS).



ABSTRAK

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan barang ataupun jasa. Banyak hal yang bisa dilakukan untuk memasarkan dan mempromosikan sebuah produk, salah satunya adalah kegiatan pemasaran sosial. Pemasaran sosial secara sederhana diartikan sebagai strategi untuk mengubah sikap dan perilaku sosial. Kegiatan pemasaran sosial ini dilakukan oleh pepsodent agar dapat membangun gaya hidup sehat dan persepsi yang positif dari masyarakat tentang produknya. Berbagai kegiatan dilakukan seperti kampanye sosial dan penyuluhan sikat gigi bersama ke berbagai tempat di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk pepsodent. Objek penelitian ini adalah masyarakat umum di wilayah Karang Tengah, kota Tangerang. Penelitian ini dilakukan terhadap 135 responden dengan menggunakan teknik *insidental sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS* versi 3.0. Dari hasil penelitian yang diperoleh, menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk pepsodent di wilayah Karang Tengah, kota Tangerang.

Kata kunci : Gaya hidup, persepsi kualitas, keputusan pembelian, *Partial Least Square* (PLS).

