

ABSTRAK

Banyaknya variasi merek dan manfaat Shampoo yang ditawarkan menurut pemasar untuk mengenal karakteristik dan keinginan konsumennya, sehingga mereknya dapat diperitungkan oleh konsumen maupun pesaing. Konsumen menggunakan Kualitas Produk dalam memberi penilaian tentang kepercayaan merek. Saat produk dengan merek tersebut sebagai pilihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) Shampoo Lifebuoy di Universitas Mercubuana.

Penelitian ini menggunakan metode analisis Kasual yaitu penelitian untuk mengetahui tentang pengaruh satu atau lebih variabel bebas (Independent Variabel) terhadap Variabel Terikat (Dependent Variabel) . Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shampoo Lifebuoy di Universitas Mercubuana dengan sampel sebanyak 94 responden. Teknik pengambilan sampel dengan Purposive Sampling yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data diproses dengan menggunakan SPSS2 versi 20.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, keputusan pembelian , Universitas Mercubua.



ABSTRACT

Many variations of the brands and the benefits offered Shampoo Lifebuoy requires marketers to know the characteristics and desires consumer, so that the brand can be chosen by consumers or competitors. Consumers use quality product in a judgment about the trust product. When products are purchased to provide benefits in accordance with needs and wants, that the customer will decide to make a product with the brand as an option. This study aims to determine the effect of the quality of the trust product (X1), quality product (X2), and Purchase decision (Y) Shampoo Lifebuoy image at the University Mercubuana.

This study uses Casual analysis is research to find out about the influence of one or more independent variables (independent variables) on the dependent variable (dependent variable). The population in this study is the Shampoo Lifebuoy image at the University Mercubuana with a sample of 94 respondents. The sampling technique purposive sampling was then carried out. The data analysis using multiple linear regression analysis. Methods of data collection in this study was a questionnaire. The data is processed by using SPSS version 20.

Keyword : *trust product , quality product, purchasing decisions Mercu Buana University*

