

ABSTRACT

The research objective was to determine the influence Brand Image, Product Display, Product Knowledge and Price to the Consumer Purchase Intention Sunsilk Shampoo. The population in this study are all consumer in the region of Kelurahan Pondok Kacang Barat, Kecamatan Pondok Aren, South Tangerang. Meanwhile, sampling in this study using a convenience sampling method, in order to obtain a high of 155 respondents who have use Sunsilk Shampoo. Statistical analysis was used to test the hypothesis is Structural Equation Model (SEM) by AMOS 18.0.

The results hypothesis of this study indicate that Brand Image significant effect on Purchase Intention, Product Display no effect on Purchase Intention, Product Knowledge significant effect on Purchase Intention, and Price no effect on Impulse Buying Behavior.

Keywords: Brand Image, Product Display, Product Knowledge, Price, Purchase Intention.

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Product Display*, *Product Knowledge* dan *Price* Terhadap *Purchase Intention* Konsumen Shampo Sunsilk. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Konsumen diwilayah Kelurahan Pondok Kacang Barat, Kecamatan Pondok Aren, kota Tangerang Selatan. Sedangkan, pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *convenience sampling*, sehingga diperoleh jumlah sebanyak 155 responden yang sedang/pernah menggunakan Shampo Sunsilk. Analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 18.0.

Hasil hipotesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, *Product Display* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*, *Product Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention*, dan *Price* tidak berpengaruh terhadap *Purchase Intention*.

Kata kunci : *Brand Image*, *Product Display*, *Product Knowledge*, *Price*, *Purchase Intention*