

## INTRISARI

Keberhasilan pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan produk memenuhi harapan atau keinginan konsumen. Perusahaan perlu mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga bisa menerapkan strategi yang tepat. Hasil penelitian Suhasti dan Ni'mah (2003 : 191), menunjukkan bahwa harga, kemasan, iklan, dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Media televisi dan internet yang maju menjadi media persaingan dalam hal iklan. Banyaknya alternatif produk shampo menyebabkan harga yang kompetitif dan kualitas menjadi salah satu pertimbangan dalam keputusan pembelian. Kemasan yang menarik disertai informasi mengenai produk dan cara pemakaian serta ukuran yang bervariasi membuat konsumen tertarik melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kemasan, iklan, dan kualitas terhadap keputusan pembelian.

Populasi adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UMY. Sampel ditentukan 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan memilih mahasiswa FE UMY yang pernah menggunakan shampo Sunsilk minimal tiga kali. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan korelasi product moment yang dikoreksi dengan persamaan bagian total, sedangkan pengujian reliabilitas dengan teknik Alpha Cronbach. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, iklan, dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk shampo Sunsilk. Adapun kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk shampo Sunsilk.