

## ABSTRAK

Pasta gigi adalah salah satu kebutuhan pokok manusia. Setiap manusia ingin menjaga kesehatan termasuk kesehatan gigi. Seiring dengan semakin sadarnya manusia dengan kesehatan gigi maka pasta gigi semakin banyak yang membutuhkan. Oleh karena itu banyak produk pasta gigi yang muncul dipasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, mengetahui dan menjelaskan promosi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sampel berjumlah 80 responden yakni pembeli pasta gigi *Close Up* di Kabupaten Lumajang. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang di analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli pasta gigi *Close Up* di Kabupaten Lumajang dengan jumlah 500 pembeli. Peneliti menggunakan *simple random sampling* untuk teknik pengambilan sampel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi *Close Up* di Kabupaten Lumajang. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi *Close Up* di Kabupaten Lumajang. Dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi *Close Up* di Kabupaten Lumajang.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Toothpaste is one of the basic human needs. Every human being wants to maintain health, including dental health. As people become more aware of dental health, more and more toothpaste is needed. Therefore, many toothpaste products appear in the market. This study aims to determine and explain the effect of brand image on purchasing decisions, identify and explain the effect of product quality on purchasing decisions, and identify and explain promotions on purchasing decisions. This research is quantitative with a sample of 80 respondents, namely Close Up toothpaste buyers in Lumajang Regency. The data obtained by distributing questionnaires were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The type of data used is primary data. The population in this study were Close Up toothpaste buyers in Lumajang Regency with a total of 500 buyers. The researcher used simple random sampling for the sampling technique. The results of this study indicate that brand image has a significant effect on purchasing decisions for Close Up toothpaste in Lumajang Regency. Product quality has no significant effect on the decision to purchase Close Up toothpaste in Lumajang Regency. And promotion has a significant effect on the decision to purchase Close Up toothpaste in Lumajang Regency.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Promotion and Purchase Decision*