

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bintang iklan, harga, dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian produk shampo pantene (Studi kasus pada konsumen di Lumajang). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tingkat eksplansi asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk shampo pantene di Lumajang dengan sampel sebanyak 100 responden yang memiliki kriteria konsumen remaja sampai dewasa dengan usia 15 tahun sampai 50 tahun yang membeli produk shampo pantene dengan minimal 3 kali pembelian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *nonprobability sampling* dengan metode sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bintang iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga dan tampilan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti bintang iklan, harga, dan tampilan produk sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode selanjutnya.

Kata Kunci : Bintang Iklan, Harga, Tampilan Produk, dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of celebrity endorse, price, and product appearance on purchasing decisions for Pantene shampoo products (a case study on consumers in Lumajang). This research is a quantitative research with associative level of explanation. The population in this study are consumers of Pantene shampoo products in Lumajang with a sample of 100 respondents who have the criteria of teenagers to adults aged 15 years to 50 years who buy Pantene shampoo products with a minimum of 3 purchases. The sampling technique used in this research is non-probability sampling with the sample method using purposive sampling. The results of this study indicate that celebrity endorse have no significant effect on purchasing decisions, while price and product appearance have a significant effect on purchasing decisions. The limitation of this study is that it only examines celebrity endorse, price, and product appearance as factors that influence purchasing decisions, while other variables that can influence purchasing decisions are expected to be investigated by further researchers in the next period.

Keyword : Celebrity Endorse, Price, Product Appearance, and Purchase Decision

