

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SHAMPO MEREK PANTENE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Ni Made Suryadewi, NIM 1817041069

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk shampo merek Pantene (2) faktor-faktor yang paling dominan dalam menentukan keputusan pembelian produk shampo merek Pantene. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Subyek penelitian adalah mahasiswa di Lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha dengan objek penelitian yaitu faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dilanjutkan dengan pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Teknik penentuan sampel yaitu *sampling proposional*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden dan dianalisis menggunakan analisis faktor. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian produk shampo merek Pantene adalah faktor psikologis, faktor pribadi, faktor sosial. (2) faktor yang paling dominan menentukan keputusan pembelian produk shampo merek Pantene adalah faktor psikologis yang terbentuk dari faktor kualitas produk, citra merek, kepercayaan, keyakinan dan pengalaman.

Kata kunci: faktor psikologis, keputusan pembelian

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SHAMPO MEREK PANTENE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA**

Oleh

Ni Made Suryadewi, NIM 1817041069

Jurusan Manajemen

Abstract

This study aims to analyze (1) the factors that determine purchasing decisions for Pantene brand shampoo products (2) the most dominant factors in determining purchasing decisions for Pantene brand shampoo products. This research uses quantitative research. The research subjects are students at the Faculty of Economics, Ganesha University of Education, with the object of research being the factors that determine purchasing decisions. Methods of data collection using a questionnaire followed by sampling with purposive sampling technique. The sampling technique is proportional sampling. The number of samples used as many as 120 respondents and analyzed using factor analysis. The results of this study indicate that (1) the factors that determine purchasing decisions for Pantene brand shampoo products are psychological factors, personal factors, and social factors. (2) the most dominant factor in determining the purchase decision of Pantene brand shampoo is a psychological factor formed from product quality, brand image, trust, belief and experience factors.

Keywords : *psychological factors, purchasing decisions*