

ABSTRAK

Salma Maudina (1168020314). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Ciptadent (Pada Masyarakat Cibiru Hilir Kabupaten Bandung).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian secara parsial maupun simultan.

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *aksidental* yaitu sebanyak 60 masyarakat Cibiru Hilir Kabupaten Bandung yang pernah memakai atau sedang menggunakan pasta gigi Ciptadent. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan kuesioner *offline* kepada masyarakat Cibiru Hilir. Teknik analisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), regresi linier berganda dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengujian secara parsial Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pasta gigi Ciptadent dengan $t_{hitung} (6,786) > t_{tabel} (2,002)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pasta gigi Ciptadent dengan $t_{hitung} (9,163) > t_{tabel} (2,002)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pasta gigi Ciptadent dengan nilai $f_{hitung} (90,279) > f_{tabel} (3,15)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,5$ dengan besaran pengaruh 75,2% dan sisanya 24,8% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian