

ABSTRAK

Ilham Ibnu Amarullah (1199240082): “Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Merek Serta Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene (Studi pada Konsumen di Desa Babakansari Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka)”

Pengembangan produk baru yang bersifat inovatif perlu dilakukan oleh perusahaan agar konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan produk inovatif tersebut. Persaingan di pasar khususnya shampo kini sangat ketat. Berdasarkan dari fenomena yang terjadi bahwa adanya masalah dengan keputusan pembelian pada shampo Pantene, bahwa kurangnya keyakinan dari konsumen terhadap citra shampo Pantene dibandingkan dengan shampo yang lainnya. Pada akhirnya masalah ini akan berdampak pada rendahnya keputusan pembelian terhadap shampo Pantene. Pantene merupakan produk yang sangat terkenal, hal ini seharusnya sejalan dengan teori mengenai citra suatu produk yang baik seharusnya bisa meningkatkan keputusan pembelian dari produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh dari Citra Merek dan Kredibilitas Merek serta Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene. 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Pembelian Shampo Pantene. 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari Kredibilitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene. 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan populasi penelitian yaitu masyarakat Desa Babakansari Kecamatan Bantarujeg Kabupaten Majalengka yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan taktik *non-probability sampling* dengan metode pengambilan *purposive sampling* dan sample sebanyak 96 orang. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner dan pengukurannya menggunakan skala interval. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu menggunakan *Statistical Program for Social Sciences (SPSS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene, Kredibilitas Merek tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene, Iklan Televisi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene, Citra Merek, Kredibilitas Merek dan Iklan Televisi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene.

Kata Kunci : Citra Merek, Kredibilitas Merek, Iklan Televisi, Keputusan Pembelian.