

ABSTRAK

Dengan adanya pasar bebas maka semua perusahaan berlomba – lomba untuk memperkuat posisinya di pasar, hal ini agar tidak terlibas oleh kompetitor dari seluruh penjuru dunia. Produk pasta gigi merupakan salah produk yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, karena pasta gigi merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia untuk dapat menjaga giginya agar bersih dan sehat.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Desain Kemasan Produk, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Sidoarjo” dengan mengambil sampel sebanyak 40 responden konsumen pasta gigi Pepsodent yang tinggal di Sidoarjo, cara pengambilan sampel dengan teknik sampling random. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh desain kemasan produk, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Metode yang dipergunakan adalah Analisis Regresi Berganda. Kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil Uji Validitas adalah valid, Uji Reliabilitas hasilnya reliabel, data telah berdistribusi normal dan memenuhi / lulus Uji Asumsi Klasik. Diperoleh hasil persamaan regresi berganda sebagai berikut $Y = 0,589 + 0,479 X1 + 0,115 X2 + 0,624 X3$ dimana X1 adalah desain kemasan produk, X2 adalah promosi, X3 adalah kualitas produk dan Y adalah keputusan pembelian. Variabel dominan adalah kualitas produk dan koefisien determinasi sebesar 96,2 %.

Kata Kunci : Desain Kemasan Produk, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.