

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen, khususnya konsumen mahasiswa Universitas Diponegoro dalam mengambil keputusan pembelian sabun mandi cair merek Dettol. Variabel independen yang digunakan adalah persepsi harga ( $X_1$ ), promosi penjualan ( $X_2$ ), dan kepercayaan konsumen ( $X_3$ ). Variabel dependen yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang menggunakan teknik *accidental sampling* dalam pengambilannya. Kuesioner diuji dengan menggunakan teknik analisis uji semantik dan uji statistik. Angka indeks dan analisis regresi linear berganda sebagai pengolahan data dengan memenuhi kriteria asumsi klasik dan uji  $R^2$ , uji F serta uji t.

Persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini menghasilkan  $Y = 0,195 X_1 - 0,004 X_2 + 0,621 X_3$ . Variabel kepercayaan konsumen merupakan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen (0,621). Variabel independen hanya dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 53% yang dilihat dari hasil uji  $R^2$ . Hasil dari uji F menunjukkan bahwa model yang ditawarkan layak atau *fit*. Persepsi harga dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi penjualan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan berdasarkan hasil uji t.

Kata kunci : persepsi harga, promosi penjualan, kepercayaan konsumen, keputusan