

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan, citra merek, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sampo Sunsilk. Dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sampo Sunsilk di Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 responden dengan menggunakan tehnik *Accidental Sampling*, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok untuk dijadikan sampel.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,458 X_1 + 0,220 X_2 + 0,322 X_3$$

Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel iklan (0,458), diikuti oleh variabel harga (0,322), dan yang terakhir variabel citra merek (0,220). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen (iklan, citra merek dan harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian sampo Sunsilk. Artinya menurut konsumen tiga variabel independen dianggap penting ketika akan membeli sampo Sunsilk. Angka *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0.405 menunjukkan bahwa 40,5% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel iklan, citra merek dan harga sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata-kata kunci : iklan, citra merek, harga, keputusan pembelian