

ABSTRAK

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK REXONA DEODORANT**

Oleh

Farah Nurma Puspita Sari

Di zaman sekarang aktivitas manusia sebagai konsumen sudah semakin meningkat, aktifitas biasanya dimulai dari pagi hari sampai malam hari, dan terkadang aktifitas yang padat membuat orang sering melupakan kondisi badan dan terutama kebersihan badan. Perkembangan teknologi yang ada dan juga kebutuhan dalam gaya hidup akan penggunaan deodorant dikalangan mahasiswa meningkat karena gaya hidup yang selalu ingin menjaga tubuh agar tetap beraroma segar. Kebutuhan konsumen akan kebersihan badan sudah menjadi sangat penting baik remaja atau pun dewasa yang tinggal di lingkungan yang di harus kan untuk menjaga kebersih dan kesegaran tubuh selain itu juga sudah menjadi gaya hidup untuk sehari-hari dengan menjaga kesegaran tubuh atas aktifitas seharian, banyak pilihan-pilihan berbagai merek dan jenis yang bisa di dapat dengan harga yang terjangkau, hal ini tentu mempermudah konsumen untuk membeli Rexona. Dalam hal ini berpengaruh terhadap kepribadian konsumen Rexona Deodorant yang dalam hal ini adalah remaja, dan di pilih studi kasus di Fakultas Ekonomi karena Mahasiswa Fakultas Ekonomi sebagian besar adalah remaja.

permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

“Apakah faktor usia dan tahap siklus hidup, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rexona pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Lampung”.

Metode pengumpulan data melalui angket, dengan metode pengambilan sampel secara aksidental dengan jumlah sampel sebanyak 70 responden.

Secara statistik bahwa keseluruhan variabel bebas (faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian) mempengaruhi keputusan konsumen membeli produk Rexona Deodorant. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari koefisien Determinasi (R^2) = 68,3% Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan konsumen membeli produk Rexona Deodorant sebesar 68,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak teridentifikasi pada penelitian ini.

Secara statistik terhadap masing-masing variabel bebas Besarnya pengaruh faktor usia dan tahap siklus hidup terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi senilai 0,198 yang berarti terdapat pengaruh faktor usia dan tahap siklus hidup sebesar 19,8% terhadap keputusan pembelian, pengaruh keadaan ekonomi dengan koefisien regresi senilai 0,347 yang berarti terdapat pengaruh keadaan ekonomi sebesar 34,7% terhadap keputusan pembelian, pengaruh gaya hidup dengan koefisien regresi senilai 0,150 yang berarti terdapat pengaruh gaya hidup sebesar 15% terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh kepribadian dengan koefisien regresi sebesar 0,379 yang berarti terdapat pengaruh kepribadian sebesar 37,9% terhadap keputusan pembelian

Farah Nurma Puspita Sari