

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PASTA GIGI FORMULA PADA MAHASISWA PIPS FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

ONY SINTIA

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli pasta gigi formula pada mahasiswa PIPS FKIP Universitas Lampung. Metode dalam penelitian ini menggunakan *deskriptif verifikatif* dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif jurusan IPS FKIP Universitas Lampung angkatan 2017 dan merupakan konsumen pasta gigi formula. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 57 orang mahasiswa dengan pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket/ kuesioner. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dan uji f serta di olah dengan program SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh kepercayaan konsumen, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli pasta gigi formula pada mahasiswa PIPS FKIP Universitas Lampung dengan kadar determinasi sebesar 0,714 atau 71,4% minat beli pasta gigi formula dipengaruhi oleh kepercayaan konsumen, promosi dan kualitas produk, sisanya 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : kepercayaan konsumen, promosi, dan kualitas produk, minat beli pasta gigi formula

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSUMER TRUST, PROMOTION, AND PRODUCT QUALITY ON FORMULA TOOTH PASTE PURCHASING INTEREST OF SOCIAL SCIENCE STUDENTS IN FKIP UNIVERSITAS LAMPUNG

By

ONY SINTIA

The research aims to determine the influence of consumer trust, promotion, and product quality on formula tooth paste purchasing interest of social science students in FKIP Universitas Lampung. The research method used verified description with an ex post facto and survey approach. The population was all active students of social science students batch of 2017 in FKIP Universitas Lampung. The sampling technique used a nonprobability sampling with purposive sampling in order to obtain 57 students as samples. The data collection were through questionnaires. The hypotheses were tested through t test and f test processed by SPSS program. The analyses found that there was any influence of consumer trust, promotion, and product quality on formula tooth paste purchasing interest of social science students batch of 2017 in FKIP Universitas Lampung with determinant rate of 0,714 or 71,4% the formula tooth paste purchasing interest was influenced by consumer trust, promotion, and product quality. While, the rest of 28,6% was influenced by other factors.

Key word: consumer trust, product quality, promotion purchasing interest