

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT PADA SWALAYAN HANDAYANI DI KECAMATAN KAMPAR KABUPATEN KAMPAR**

Oleh  
**M ANDRI RAMADHAN**  
**11271100884**

*Penelitian ini dilakukan pada Swalayan Handayani Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Faktor Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent Pada Swalayan Handayani Di Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga pada Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar yang berjumlah 13.876 orang kepala keluarga, teknik pengambilan sampel dilakukan secara accidental sampling, dengan sampel sebanyak 99 orang responden. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS V.17. Dimana variabel motivasi ( $X_1$ ) persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ( $Y$ ), sedangkan variabel motivasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent ( $Y$ ). Dari hasil standardizerd coefficients beta yang diperoleh menunjukkan faktor sikap menjadi faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent. Melalui uji  $F$  dapat diketahui bahwa keempat variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependent keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent. Angka Adjusted R Square sebesar 0,454 menunjukkan bahwa 45,4% variabel keputusan pembelian produk pasta gigi pepsodent dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen. Sedangkan sisanya sebesar 54,6% dijelaskan oleh faktor lain.*

**Keyword: Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap, Keputusan Pembelian Produk Pasta Gigi Pepsodent.**