

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN PESAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PROBIOTIK MEREK YAKULT DI KOTA PADANG

Yudha Hendri Ofjame Syahputra, ¹Ice Kamela, S.E, M.M, ²Irda, S.E, M.A

Mahasiswa Jurusan Manajemen , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Bung Hatta

¹Dosen Jurusan Manajemen , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Bung Hatta

²Dosen Jurusan Manajemen , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Bung Hatta

E-mail: yudhahendriofjame@gmail.com, Icekamela@yahoo.com, irda1987@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari faktor psikologis dan pesan iklan terhadap keputusan pembelian minuman probiotik yakult di kota padang, sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 138 orang responden dengan teknik pengambilan sample menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Faktor psikologi dan pesan iklan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, berdasarkan hasil uji hipotesis faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang dan pesan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman probiotik merek Yakult di Kota Padang.

Kata Kunci :Faktor Psikologis, Pesan Iklan, Keputusan Pembelian