

## ABSTRAK

Nama : Aryaputra Suhandoyo  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Pengaruh Kemasan, Promosi, Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Deorex

Deorex adalah produk deodoran milik PT. Modiva International yang dinilai cukup baru dalam industri perawatan pribadi. Industri ini sangatlah kompetitif dengan banyaknya perusahaan besar dan bermacam-macam variasi produk yang dikeluarkan, sehingga PT. Modiva International melakukan strategi untuk mengeluarkan produk Deorex yang baru dengan konsep dan tipe produk yang berbeda untuk bersaing. Hasil yang didapatkan sangatlah memuaskan, akan tetapi terdapat berbagai macam faktor yang mempengaruhi hal tersebut, khususnya pada proses pembuatan keputusan pembelian. Sehingga diperlukan riset atas faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen akan produk tersebut, khususnya pada aspek kemasan, promosi, persepsi kualitas, dan juga harga dari produk Deorex. Diketahui faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif maupun negatif, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek aspek tersebut dengan melakukan survei bersifat random sampling terhadap 150 responden dan analisa menggunakan program SPSS Statistics. Hasil yang didapatkan menunjukkan adanya pengaruh signifikan yang positif dari semua variabel independen terhadap keputusan pembelian dengan persepsi kualitas memiliki efek terbesar.

Kata kunci: *Deorex, deodoran, perawatan pribadi, kemasan, pemasaran, harga, persepsi kualitas, keputusan pembelian*

## ***ABSTRACT***

Name : Aryaputra Suhandojo  
Study Program : Entrepreneurship  
Title : The Influence of Packaging, Promotion, Price, and Perceived Quality  
Towards The Purchasing Decision of Deorex

Among the personal care industry, Deorex, a deodorant product owned by PT. Modiva International is new to the market. In order to stay determined in this highly competitive market which is populated by numerous large companies and varied product variations, PT. Modiva International devised a plan to introduce new Deorex products with unique concepts and product varieties. The results obtained were very satisfactory, however there are many variables at play, particularly throughout the decision making process for purchasing a product. Thus more studies are required to determine the effects of packaging, promotion, price, and also perceived quality of Deorex. It is known that these factors can affect the consumers' purchasing decision either positively or negatively, thus this study intends to ascertain the impact of these factors by conducting a random sampling survey of 150 respondents and analyzing the data using the SPSS Statistics program. The results show that there is significant, positive effect from all independent variables towards purchasing decision with perceived quality having the highest effect

*Keywords: Deorex, deodorant, personal care, packaging, promotion, price, perceived quality, purchasing decision*