

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul**

Dunia bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat. Hal ini dibuktikan dengan beragamnya jenis usaha yang menghasilkan produk barang atau jasa di Indonesia. Keberagaman usaha menyebabkan perubahan besar, masyarakat bebas memilih jenis produk dan jasa yang mereka inginkan. Pelaku ekonomi yang semakin banyak menyebabkan persaingan ketat di dalam dunia bisnis. Munculnya produk-produk yang inovatif menuntun perusahaan untuk menciptakan produk dan jasa yang diinginkan sekaligus dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku ekonomi harus menyadari adanya saling ketergantungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen agar dapat tercapai kegiatan pemasaran yang efektif. Perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Setiap pelaku usaha disarankan untuk mementingkan kualitas produk yang ingin dipasarkannya. Memperhatikan dan menjaga kualitas produk adalah kunci utama yang dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk memastikan bisnisnya mengalami tingkat pertumbuhan yang baik. Kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian produk shampo Pantene tidak datang dengan sendirinya, banyak faktor yang membentuk kepuasan konsumen, salah satunya yaitu Kinerja (Performance) yang terletak pada kegunaan shampo pantene, seperti mengatasi rambut rontok, mengurangi ketombe, membuat rambut menjadi halus dan lain-lain.

Perusahaan dalam bidang hair care harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat. Sebelum menciptakan suatu produk, perusahaan harus dapat memperkirakan seberapa banyak konsumen yang benar-benar ingin dan mampu membeli produknya. Bisnis yang menawarkan produk-produk tanpa kualitas yang jelas akan sulit berkembang karena tidak dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Adanya

hal tersebut, pelaku usaha juga perlu untuk melakukan pemeriksaan kualitas produk. Melakukan pemeriksaan terhadap kualitas produk, pelaku usaha dapat memastikan bahwa produk yang akan dipasarkan adalah produk dengan memiliki kualitas yang baik.

Bertambahnya merek-merek baru produk shampo melengkapi merek-merek shampo yang sudah ada. Salah satunya mereka mengeluarkan produk-produk unggulan untuk menarik perhatian konsumen dilihat dari kebutuhan. Para pelaku usaha yang bergerak dalam produk *hair care* berlomba-lomba membuat produk mereka dikenal dipasaran. Pendapat tentang kualitas produk yang mereka dapatkan membuat produk mereka dikenal dengan kualitas yang berbeda-beda. Jenis produk shampo yang beragam membuat konsumen mempertimbangkan dalam memilih produk yang cocok.

Pantene adalah brand shampoo pertama kali diciptakan di Eropa pada tahun 1945 dan kini dikembangkan serta diproduksi di Indonesia dan bahkan pantene sudah didistribusikan secara merata di seluruh Indonesia. Produk Shampo Pantene tidak hanya digunakan oleh para remaja saja tetapi juga digunakan oleh seluruh kalangan usia. Memiliki label go international tak lantas membuat pantene mematok harga produknya dengan mahal namun kebalikannya, pantene membuat brandnya terjangkau di masyarakat dengan kualitas yang bagus.

Produk Pantene juga telah terdaftar pada BPOM yang membuatnya semakin dipercaya oleh para konsumen, itulah yang membuat minat beli konsumen terhadap produk shampoo pantene. Pantene berkomitmen untuk memberikan keamanan dan kualitas terbaik disetiap produknya. Formula dalam produk Pantene selalu esensial, tepat guna, dan efektif. Pantene juga bekerja sama dengan Badan Independen seperti Swiss Vitamin Institute, untuk memastikan bahan yang digunakan berkualitas dan murni. Berikut adalah beberapa varian shampo pantene yang sudah terdaftar pada BPOM:

NOMOR REGISTRASI	PRODUK	PENDAFTAR
NA49221000056 Terbit: 11-05-2022	PERAWATAN TOTAL UNTUK RAMBUT RUSAK PRO-V SHAMPO Merk: PAN TENE Kemasan: Botol, 900 mL, Botol, 1200 mL	PROCTER & GAMBLE HOME PRODUCTS INDONESIA, PT Kota Adm. Jakarta Pusat, Dki Jakarta
NA18221000663 Terbit: 11-05-2022	SHAMPO MENUTRISI RAMBUT KERING Merk: PAN TENE Kemasan: Sachet, 10 mL, Botol, 70 mL, Botol, 130 mL, Botol, 250 mL	PROCTER & GAMBLE OPERATIONS INDONESIA, PT Kab Karawang, Jawa Barat
NA18221000664 Terbit: 11-05-2022	SHAMPO PERAWATAN TOTAL UNTUK RAMBUT RUSAK Merk: PAN TENE Kemasan: Sachet, 10 mL, Botol, 70 mL, Botol, 130 mL, Botol, 210 mL, Bo...	PROCTER & GAMBLE OPERATIONS INDONESIA, PT Kab Karawang, Jawa Barat
NA18221000665 Terbit: 11-05-2022	SHAMPO PERAWATAN HALUS & LEMBUT Merk: PAN TENE Kemasan: Sachet, 10 mL, Botol, 70 mL, Botol, 130 mL, Botol, 210 mL, Bo...	PROCTER & GAMBLE OPERATIONS INDONESIA, PT Kab Karawang, Jawa Barat
NA49221000034 Terbit: 06-04-2022	Micellar Detox & Moisturize Scalp Shampoo Merk: PAN TENE Kemasan: Botol, 300 mL, Botol, 530 mL	PROCTER & GAMBLE HOME PRODUCTS INDONESIA, PT Kota Adm. Jakarta Pusat, Dki Jakarta
NA49221000035 Terbit: 06-04-2022	Micellar Detox & Moisturize Light Conditioner Merk: PAN TENE Kemasan: Botol, 300 mL, Botol, 530 mL	PROCTER & GAMBLE HOME PRODUCTS INDONESIA, PT Kota Adm. Jakarta Pusat, Dki Jakarta
NA49211000143 Terbit: 22-11-2021	SHAMPO ANTI KETOMBE PRO-V Merk: PAN TENE Kemasan: Botol 900 mL, Botol 1200 mL	PROCTER & GAMBLE HOME PRODUCTS INDONESIA, PT Kota Adm. Jakarta Pusat, Dki Jakarta
NA18211001758 Terbit: 22-11-2021	SHAMPO ANTI KETOMBE PRO-V Merk: PAN TENE Kemasan: Sachet, 2 x 5 mL, Botol, 70 mL, Botol, 170 mL, Botol, 290 mL, ...	PROCTER & GAMBLE OPERATIONS INDONESIA, PT Kab Karawang, Jawa Barat
NA49191005014 Terbit: 09-11-2021	Kondisioner Pro- V Hitam & Panjang Merk: PAN TENE Kemasan: Sachet 5 ml	PROCTER & GAMBLE OPERATIONS INDONESIA, PT Kab Karawang, Jawa Barat
NA49191005035 Terbit: 09-11-2021	Pro- V Shampoo Silky Smooth Care Merk: PAN TENE Kemasan: Botol 70 ml	PROCTER & GAMBLE HOME PRODUCTS INDONESIA, PT Kota Adm. Jakarta Pusat, Dki Jakarta

10 Data Per-Halaman Menampilkan 1 - 10 Dari 463 Data. « Halaman 1 Dari 47 »

### Gambar 1. 1 Varian Shampo Pantene Terdaftar BPOM

sumber: <http://cekbpom.pom.go.id>

Compas dalam artikelnya Data Penjualan Shampo Bulan Juni 2021 di Shopee menjelaskan bahwa produk shampoo memang tak bisa lepas dari kebutuhan sehari-hari dan bisa dikatakan salah satu produk pembersih diri primer.



### Gambar 1. 2 Top 10 Brand Penjualan Shampo

Sumber: <https://compas.co.id>

Dilansir dari situs web online <https://compas.co.id> , pada diagram diatas menunjukkan Pantene menempati posisi ke 2 dengan penjualan yaitu sebesar Rp 1,31 Miliar. Dalam hal ini, konsumen telah dapat memutuskan membeli barang dalam suatu produk yang akan dipakai, sehingga perusahaan akan berusaha memenuhi permintaan konsumen sesuai dengan yang dibutuhkan dan konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan. Perusahaan harus melihat factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan untuk mencapai target.

Para remaja merupakan konsumen yang selektif dan kritis dalam membeli suatu produk dengan berbagai persepsi yang dimiliki terutama dalam memilih kebutuhan sehari-hari. Dalam hal ini, peneliti memilih Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019 sebagai objek penelitian. Berdasarkan hasil PraSurvei yang telah dilakukan guna mengetahui berapa pengguna Shampo Pantene, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Data Hasil PraSurvei**

<b>No</b>	<b>Merek Shampo</b>	<b>Persentase</b>
1.	Pantene	46%
2.	Head & Shoulders	8%
3.	Tresemme	4%
4.	Lifebuoy	9%
5.	Dove	5%
6.	Sunsilk	8%
7.	Clear	7%
8.	Rejoice	4%
9.	Dan lain-lain	9%

*Sumber: Hasil olah data primer, 2022*

Berdasarkan hasil PraSurvei yang dilakukan penulis pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang angkatan 2019, penggunaan shampo Pantene memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi dibanding produk shampo merk lainnya. Terdapat 46% mahasiswa yang menggunakan shampo pantene. Kualitas produk yang dimiliki menjadi faktor sebagai keputusan pembelian terhadap produk shampo pantene. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang angkatan 2019 dengan mengambil objek

penelitian yaitu para Mahasiswa yang menggunakan shampo merk Pantene untuk kebutuhan hair care sehari-hari.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diambil, maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan yaitu : Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen shampo pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Luasnya permasalahan yang ada dalam kualitas produk terhadap keputusan pembelian Shampo Pantene, maka penulis membatasi permasalahan agar tidak menyimpang dari yang akan dibahas. Maka ruang lingkup pembahasan permasalahan yang terfokus adalah kualitas produk disertai dengan keputusan pembelian Shampo Pantene.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian shampo pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penulis ini adalah:

1. Bagi Penulis

Menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran produk dan mengembangkan ilmu pengetahuan teori-teori yang telah diperoleh dibangku perkuliahan. Melatih untuk berfikir kritis dalam menghadapi suatu permasalahan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi masukan positif bagi perusahaan yang terlibat untuk memperhatikan suatu perilaku konsumen dalam mencapai tujuan perusahaan yang diharapkan dan dapat memenuhi pemasaran yang ada.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong semua penelitian lain lebih lanjut. Agar dapat bermanfaat dan sebagai bahan referensi serta perbandingan untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang terletak di Jalan Sriwijaya Negara, Bukit Lama, Palembang yang menjadi objek penelitian mahasiswa/konsumen yang telah menggunakan produk Pantene.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.5.2.1 Jenis Data**

Menurut Sugiyono (2018:28) Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian shampoo pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019.

### **1.5.2.2 Sumber Data**

Dalam penelitian laporan akhir ini penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

#### **1. Data Primer**

**Sugiyono (2016)** Data Primer menurut Sugiyono adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti (**Sugiyono, 2016**). Data yang dikumpulkan secara langsung dari objek penelitian dengan cara membagikan kuesioner kepada mahasiswa/konsumen yang menggunakan produk Pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

#### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder menurut Sugiyono (2016: 225) Data Sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer (**Sugiyono, 2016: 225**). Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dan dapat diperoleh dari studi pustaka dan internet.

### **1.5.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis membutuhkan data-data yang berkaitan dengan judul yang akan dibahas. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir ini, antara lain:

#### **1.5.3.1. Riset Lapangan**

Dalam hal ini penulis melakukan riset lapangan pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019. dengan 2 (dua) cara sebagai berikut:

##### **a. Survey**

Penulis melakukan survey dengan cara mendata Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019 yang menggunakan produk shampo Pantene.

### **b. Kuisisioner**

Pengumpulan data yang memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Kuisisioner disini digunakan sebagai metode pengumpulan data untuk mengetahui kualitas produk terhadap keputusan pembelian shampo Pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang Angkatan 2019.

#### **1.5.3.2. Studi Kepustakaan**

Dalam metode ini penulis mencari informasi secara teoritis dan mempelajari sumber-sumber tertulis sebagai panduan untuk dijadikan bahan referensi dan pertimbangan dalam Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene.

#### **1.5.4 Skala Pengukuran**

Pada penelitian ini, penulis menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukuran. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item kuesioner yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

**Tabel 1. 2**  
**Tabel Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
TidakSetuju (TS)	2
Sangat TidakSetuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, (2015:168)



## 1.5.5 Populasi dan Sampel

### 1.5.5.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang merupakan sumber data penelitian darimana analisis akan dilakukan. Elemen dapat dianalogikan sebagai unit analisis, sepanjang pengumpulan data untuk penelitian dilakukan hanya kepada responden

Dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi adalah Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Angkatan 2019 sebanyak 2.555 Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya.

**Tabel 1.3**  
**Komposisi Mahasiswa Angkatan 2019**

No.	Jurusan	Jumlah	Persentase
1.	Teknik Sipil	268	10,4%
2.	Teknik Mesin	280	11,0%
3.	Teknik Elektro	506	19,8%
4.	Teknik Kimia	275	11,0%
5.	Akuntansi	345	13,5%
6.	Administrasi Bisnis	291	11,3%
7.	Teknik Komputer	234	9,1%
8.	Manajemen Informatika	294	11,5%
9.	Bahasa Inggris	62	2,4%
<b>Jumlah</b>		<b>2.555</b>	<b>100%</b>

Sumber: Bagian akademik, 2022

### 1.5.5.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Berikut cara penentuan jumlah sampel untuk penelitian dengan tingkat kesalahan yang bisa ditolerir dalam penelitian ini sebesar 10%, adapun perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Taraf kesalahan

Pengambilan sampel dengan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{2.555}{1 + 2.555(10\%)^2}$$

$$n = \frac{2.555}{1+25.55}$$

$$n = 96.23$$

Dalam penelitian ini sampel dari 96.23 digenapkan menjadi 96 Mahasiswa, jadi pembagian kuesioner agar diberikan kepada 96 responden.

### 1.5.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Sampling menurut Sugiyono (2016:150) merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini, Teknik Sampling yang digunakan yaitu *Probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2015:154) *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Proportional Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2015:156) *Proporsional Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak dan berstrata secara proporsional.

Kemudian dilakukan penentuan jumlah sampel pada masing-masing jurusan dengan menentukan proporsinya sesuai dengan jumlah Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya yang diteliti. Jumlah sampel setiap jurusan didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$N = \frac{n}{S} \times n'$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel tiap jurusan

n = Jumlah populasi tiap jurusan

n' = Jumlah total sampel

S = Jumlah total populasi mahasiswa Polsri

Hasil yang didapatkan dari masing-masing *Proporsional Random Sampling* jumlah sampel tiap jurusan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Jumlah Sampel Penelitian Berdasarkan Jurusan**

No.	Jurusan	Jumlah	Rumus	Sampel
1.	Teknik Sipil	268	$(268:2.555) \times 96$	11
2.	Teknik Mesin	280	$(280:2.555) \times 96$	11
3.	Teknik Elektro	506	$(506:2.555) \times 96$	16
4.	Teknik Kimia	275	$(275:2.555) \times 96$	11
5.	Akuntansi	345	$(345:2.555) \times 96$	13
6.	Administrasi Bisnis	291	$(291:2.555) \times 96$	11
7.	Teknik Komputer	234	$(234:2.555) \times 96$	10
8.	Manajemen Informatika	294	$(294:2.555) \times 96$	11
9.	Bahasa Inggris	62	$(62:2.555) \times 96$	2
<b>Jumlah</b>		<b>2.555</b>		<b>96</b>

Sumber: Hasil olah data primer, 2022

### 1.5.6 Teknis Analisis Data

Data-data yang telah diperoleh oleh penulis dari hasil jawaban responden terlebih dahulu dilakukan pengujian instrument, dengan cara melalui uji validitas dan uji realibilitas.

#### 1. Uji Validitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:92), Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan ke tidak telitian ( $\alpha$ ) sebesar 5% maka butir atau pertanyaan tersebut valid.

2. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel dengan ke tidak telitian ( $\alpha$ ) sebesar 5% maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Realibilitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:95), Uji Realibilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran bebas dari kesalahan acak atau tidak stabil. Untuk menguji kehandalan variable atau item yaitu dengan menggunakan uji Cronbach Alpha 0,6 dimana suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai alpha lebih dari 0,6 ( $\alpha > 0,6$ ) sedangkan jika nilai alpha kurang dari 0,6 ( $\alpha < 0,6$ ) maka tidak reliable.

Setelah dilakukan dan diperoleh hasil dari uji validitas dan uji realibilitas selanjutnya dilakukan analilis data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 23*.

## 3. Regresi Linear Sederhana

Menurut Yusi dan Idris (2016:146) Regresi sederhana adalah suatu pola hubungan yang merupakan fungsi, dimana terdapat hanya satu variable bebas yang mempengaruhi variable terikat. Dengan regresi linear sederhana suatu pola hubungan yang berbentuk garis lurus antara suatu variable terikat dengan variable bebas.

Notasi regresi sederhana yang merupakan pola garis lurus itu dinyatakan sebagai:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (Kualitas Produk)

X = Variabel independen (Keputusan Pembelian)

a = konstanta

b = Koefisien regresi

Pada analisis regresi linear sederhana ini dilakukan Uji T yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS.

#### **4. Uji t (Parsial)**

Uji t atau Parsial digunakan sebagai bentuk menguji variable (X) memberikan pengaruh terhadap variable (Y). dalam penelitian ini uji T digunakan untuk mengetahui apakah variable kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian shampoo pantene pada Mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Angkatan 2019 menggunakan program SPSS.