

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK CRYSTALLINE

Ditulis oleh:

Faris Firdausi Alfaiza

Pembimbing:

Dr.Ir Dani Dagustani, M.M.,CMA.

ABSTRAK

Perkembangan zaman saat ini berjalan dengan pesat, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik itu politik, sosial budaya, dan ekonomi. Air minum kemasan AMDK adalah air yang diolah dengan menggunakan teknologi tertentu, kemudian dikemas dalam beberapa bentuk, antara lain: Botol 330ml, Botol 600ml, Botol 1500ml, Gelas 240ml, Gallon 19liter maupun ukuran kemasan lainnya. Dengan seiring semakin tingginya permintaan akan air mineral dalam kemasan, bermunculan produk-produk air mineral dalam kemasan yang menawarkan nilai serta inovasi dan daya tarik lebih di bandingkan Crystalline yang tidak dimiliki oleh Crystalline seperti harga yang lebih ekonomis, produk dengan menggunakan konsep green marketing yang dimana kemasannya dapat di daur ulang secara cepat, sampai daya tarik dari rasa yang membuat sensasi lebih terasa segar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Amdk Cyrstalline. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Amdk Cyrstalline ini Menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan sistematika *Purposive Sampling*, Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, analisis regresi linear berganda, serta aplikasi perangkat lunak yang digunakan dalam Menganalisis data primer adalah IBM SPSS Statistik 26, Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada CYRSTALLINE, sebesar 45,7%. dan sisanya 54,3% ditransferkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE
ON THE PURCHASE DECISION OF CRYSTALLINE BRAND BOTTLED
DRINKING WATER***

Written by:

Faris Firdausi Alfaiza

Preceptor:

Dr.Ir Dani Dagustani, M.M.,CMA.

ABSTRACT

The development of the current era is running rapidly, which creates an increasingly fierce competition. This requires producers to be more sensitive, critical and reactive to existing changes, be it political, socio-cultural and economic. Bottled bottled water is water that is processed using a certain technology, then packaged in several forms, including: 330 ml bottles, 600 ml bottles, 1500 ml bottles, 240 ml glasses, 19 liter gallons or other packaging sizes. Along with the increasing demand for bottled mineral water, bottled mineral water products are emerging that offer more value and innovation and appeal compared to Crystalline which Crystalline does not have, such as more economical prices, products using the green marketing concept where the packaging can be recycled quickly, to the appeal of a taste that makes the sensation feel fresher. This study uses a Quantitative Method with a descriptive and verification approach. The sampling technique used for research on the Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions on Amdk Crystalline Products. Using a non-probability sampling technique with a systematic approach to Purposive Sampling. , amounting to 45.7%. and the remaining 54.3% is explained by other variables not proposed in this study.

Keyword: Product Quality, Purchase Decision Price