

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI  
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK LE MINERALE**

**(Survei Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Le Minerale di D. I.  
Yogyakarta)**

ALWI ZIDNY MUKTI

NIM. 141150068

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[alwizidny@yahoo.com](mailto:alwizidny@yahoo.com)

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: pernah membeli dan mengkonsumsi AMDK merek Le Minerale sebelumnya dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variable Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian AMDK merek Le Minerale pada tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Dan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.435, artinya 43.5% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek) dan sisanya yaitu 56.5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek bernilai positif dan signifikan signifikan terhadap Keputusan Pembelian AMDK merek Le Minerale.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian**