

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Survey pada konsumen air minum dalam kemasan merek BaNew di
Kabupaten Bantul)**

RIEFKY ADHAM FAHARI

141150301

Mahasiswa Prodi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email : fahariefky@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada produk air minum dalam kemasan merek BaNew. Sampel penelitian ini adalah sebagian konsumen dari produk air minum BaNew di Kabupaten Bantul dengan teknik purposive sampling untuk memenuhi kriteria yang diinginkan. Teknik analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda disertai dengan SPSS 16.0 sebagai alat analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) Harga (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (3) Kualitas Produk (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (4) Promosi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian