

ABSTRAK

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus konsumen PT. Biru Semesta Abadi di Kecamatan Cilodong, Kota Depok)

Andreeyas Saputra ¹⁾, Dr. Chajar Matari Fath Mala, S.E., M.M.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk air minum isi ulang Air Biru pada konsumen di Kecamatan Cilodong, Kota Depok. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi air minum yang higienis dan berkualitas, serta persaingan bisnis yang semakin ketat di industri air minum isi ulang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 105 responden yang merupakan konsumen aktif Air Minum Biru di wilayah tersebut. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu harga, kualitas produk, dan citra merek, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen dan relevan dengan hasil dari beberapa penelitian terdahulu. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran PT. Biru Semesta Abadi, serta menjadi referensi akademik untuk penelitian selanjutnya di bidang perilaku konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Air Minum Isi Ulang, Air Biru.