

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus Pada Depo Air Minum Isi Ulang Biru di Kecamatan Duren Sawit)

Ari Sukmana¹⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Air minum isi ulang BIRU. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya strategi pemasaran yang mampu membangun persepsi positif konsumen terhadap merek, memberikan penawaran harga yang kompetitif, serta menjamin kualitas produk guna mendorong keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang merupakan konsumen aktif. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, ketiga variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan kualitas produk sebagai variabel yang paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperkuat citra merek, menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi nilai konsumen, serta terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk untuk memaksimalkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: citra merek, harga, kualitas produk, keputusan pembelian, perilaku konsumen