

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, *brand awareness*, dan *brand image* baik terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA. Jumlah sampel pada penelitian sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, (2) *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, (3) *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kelurahan Tompokersan, Kecamatan Lumajang, (4) persepsi harga, *brand awareness*, dan *brand image* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kelurahan Tompokersan Kecamatan Lumajang.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Brand Awareness, Brand Image, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The research aims is to analyz w the influence between price perception, brand awareness, and brand image with the consumer's decision to buy AQUA brand mineral water in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang. The research population consists of peoples in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang who consume AQUA brand mineral water and the sample was 99 respondents using purposive sampling technique. Data collection are observation and questionnaires. Method of analysis is multiple linear regression. The result showed that (1) price perception has partial influence on consumer's decision to buy AQUA brand mineral water in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang, (2) brand awareness has partial influence on consumer's decision to buy AQUA brand mineral water in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang, (3) brand awareness has partial influence on consumer's decision to buy AQUA brand mineral water in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang, (4) price perception, brand awareness, and brand image simultaneously influence on consumer's decision to buy AQUA brand mineral water in Kelurahan Tompokersan, Kabupaten Lumajang.

Keyword : Price Perception, Brand Awareness, Brand Image, Consumer's Decision

