

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM
DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AQUA.**

(Studi pada Konsumen Kabupaten Lumajang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



INTAN WUJUD HARAPAN

NIM. 215122202

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG**

2019

ABSTRAK

Pemasaran adalah Suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan sampel yang digunakan sebanyak 60 responden dari konsumen yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA di Kabupaten Lumajang. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Terdapat 2 (dua) variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan dependen. Variabel independen meliputi kualitas produk, harga dan promosi. Sedangkan yang bertindak sebagai variabel dependen yakni keputusan pembelian. Hasil penelitian kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA. Sedangkan untuk variabel harga dan promosi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Marketing is a social and managerial process in which individuals and groups get what they need and want by creating, offering and exchanging valuable products and services without their parties. The sampling technique used in this study is accidental sampling where sampling techniques that do not provide equal opportunities or opportunities for each member of the population to be selected as a sample. And the sample used was 60 respondents from consumers who consumed AQUA brand bottled water in Lumajang Regency. The data used in this study include primary data and secondary data. There are 2 (two) variables in this study namely independent and dependent variables. Independent variables include product quality, price and promotion. Whereas acting as the dependent variable is the purchase decision. The results of product quality research have a significant effect on purchasing decisions on AQUA brand bottled water. Whereas for the price and promotion variables there is a significant negative effect on the purchasing decisions of AQUA brand bottled water.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion and Purchasing Decision.

