

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL GLOZ DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Nitami Sari

Perubahan dalam setiap perilaku konsumen membuat pelaku bisnis perlu memahami perilaku konsumen secara tepat dan benar. Membangun citra merek yang positif dibenak konsumen akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Perusahaan menetapkan harga dengan berbagai pertimbangan, di mana dalam penetapan harga tersebut di sesuaikan juga dengan kualitas. Perubahan perilaku konsumen juga terlihat dengan meningkatnya konsumsi air minum dalam kemasan. Air Minum Dalam Kemasan adalah air yang telah di proses, tanpa bahan pangan lainnya dan bahan tambahan pangan, di kemas, serta aman untuk di minum (Peraturan Menteri Perindustrian RI Pasal 1 Nomor : 96/M-IND/PER/12/2011).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian air mineral gloz di bandar lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli air mineral Gloz. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik purposive sampling yang berjumlah 120 orang. Pengujian hipotesis menggunakan Uji Serentak (F), Uji Parsial (t) dan untuk melihat variabel yang paling berpengaruh alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral gloz di bandar lampung. Pengaruh paling besar adalah harga, karena harga lebih murah dengan manfaat yang lebih baik.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND BRAND IMAGE ON THE PURCHASING DECISION OF GLOZ MINERAL WATER IN BANDAR LAMPUNG

By

Nitami Sari

Changes in consumer behavior make it necessary for business people to understand consumer behavior precisely and correctly. Building a positive brand image in the minds of consumers will affect purchasing decisions. Companies set prices with various considerations, wherein the pricing is adjusted for quality. Changes in the consumer behavior can also be seen in the increasing consumption of bottled drinking water. Bottled Drinking Water is water that has been processed, without other food ingredients and additives, packaged and safe for drinking (Regulation of the Minister of Industry of the Republic of Indonesia Article 1 Number: 96/M-IND/PER/12/2011).

This study aimed to determine the effect of price and brand image on purchasing decisions for Gloz mineral water in Bandar Lampung. The population in this study are consumers who have purchased Gloz mineral water. The sample in this study used a non-probability sampling method with a purposive sampling technique, totaling 120 people. Hypothesis testing uses Simultaneous Test (F), Partial Test (t) and to see the most influential variables; the analytical tool used is multiple regression.

The results showed that price and brand image had a significant effect on purchasing decisions for gloz mineral water in Bandar Lampung. The biggest influence is the price because the price is lower with better benefits.

Keywords: *Effect of Price, Brand Image, Purchase Decision*