

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze whether the quality of the product, price and promotion perceptions influence the purchasing decisions of bottled water (bottled water). The object of this study pristine consumers who order products. The study was conducted on 300 respondents by using non-probability sample, and the sampling with accidental sampling technique. Data collection instruments using questionnaires with Likert skala. The data in this study using SPSS ver.19. The results showed that the quality of the product, price and promotion perceptions significant.

Keywords: product quality, price perception, promotion, and purchase decision



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah kualitas produk, persepsi harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK). Objek penelitian ini konsumen yang memesan produk pristine. Penelitian dilakukan terhadap 300 responden dengan teknik sample non probability, dan pemilihan sample dengan teknik accidental sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala likert. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan program SPSS ver.19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan promosi berpengaruh secara signifikan

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

