

## ABSTRACT

*This research aim to know the influence of product, healthy life style, and price to buying decision of oxygenated water of brand Super O2. The object of this research is the consumer of oxygenated water of brand Super O2 in Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. This research was done to 110 respondents by using qualitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is Partial Least Square (PLS) test.*

*The result of this research shows that significantly the product variable give the most influence in buying decision of consumer of oxygenated water of brand Super O2. In other side, healthy life style not give enough influence, even the price variable don't give any influence in buying decision of consumer of oxygenated water of brand Super O2. It has been proven from the result of validity and reability test which shows the significancy of the influence of product variable. Therefore, the accepted assumption is, there is influence between product and healthy life style to buying decision in buying decision of consumer of oxygenated water of brand Super O2.*

Keywords: product, healthy life style, price, buying decision,



## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh produk, gaya hidup sehat, dan harga terhadap keputusan pembelian produk minuman beroksigen merek Super O2. Objek penelitian ini adalah konsumen langsung dari produk minuman beroksigen merek Super O2 di Kecamatan Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan terhadap 110 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan yaitu analisis dalam uji *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara signifikan variable produk memberikan kontribusi terbesar dalam keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap produk minuman beroksigen merek Super O2. Sedangkan untuk variabel gaya hidup sehat belum memberikan kontribusi yang cukup besar, bahkan harga tidak memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk minuman beroksigen merek Super O2. Hal ini dibuktikan dari hasil uji validitas dan reabilitas yang menunjukkan signifikansi dari pengaruh variabel produk. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara produk dan gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk minuman beroksigen merek Super O2.

Kata kunci: produk, gaya hidup sehat, harga, keputusan pembelian.