

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan Le Minerale. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Penjas Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 mahasiswa. Data didapatkan melalui penyebaran kuesioner. Kemudian di analisis dengan regresi linier berganda yang sebelumnya dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik dengan bantuan program SPSS. Hasil uji t-test variabel kualitas produk nilai sig. (0,318) > 0,05 dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai sig. (0,001 < 0,05) dan variabel gaya hidup juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dibuktikan dari nilai sig. (0,000 < 0,05). Serta terdapat pengaruh secara bersama-sama dari variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari nilai uji F sebesar 34,601 dan dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,005.

Kata kunci : kualitas produk, harga, gaya hidup, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and lifestyle on the purchase decisions of drinking water in Le Minerale packaging. The population in this study were Penjas University Students of PGRI Adi Buana Surabaya with a total sample of 100 students. Data obtained through questionnaires. Then it was analyzed by multiple linear regression which had previously been tested by instruments and classic assumption tests with the help of the SPSS program. The t-test results of the product quality variable sig. (0,318) > 0,05 can be interpreted that the product quality variable does not have a significant effect on purchasing decisions, then the price variable has an influence on the proven purchasing decision from the sig value. (0,001 < 0,05) and lifestyle variables also have an effect on proven purchasing decisions from the sig. (0,000 < 0,05). And there are joint effects of product quality, price and lifestyle variables on purchasing decisions, as evidenced by the F test value of 34,61 and with a significance value of 0.000 < 0.005.

Keywords : product quality, price and lifestyle, purchasing decisions