ABSTRAK

Skripsi ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah merek, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara simultan dan parsial dalam proses keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA, dan juga diantara ketiga variabel tersebut, variabel mana yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Adapun responden dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa aktif dari semester 1 sampai semester 13 periode 2015/2016, dosen/karyawan dan juga pengelola kantin di UIN Sunan Ampel Surabaya. Penentuan sampel menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* dan untuk mengambil jumlah masing-masing fakultas, peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan kriteria responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh. Teknik pengumpulan data dengan memberi kuesioner pada responden, wawancara dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta uji f (simultan) dan uji t (parsial).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa: 1) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil pengujian tersebut diperoleh dari $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ (102.988 $\geq$ 2.627). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji f (simultan) menunjukkan adanya pengaruh pada variabel merek, kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. 2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa merek (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 2.026 $\geq$ 1.97, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 9.608 $\geq$ 1.97, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan harga (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 5.579 $\geq$ 1.97, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari ketiga variabel mempunyai nilai signifikasi < 0.05. Dengan demikian hasil uji t (parsial) menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel merek (X_1), kualitas produk (X_2) serta harga (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Merek, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id