

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM
DALAM KEMASAN MEREK TRAS
(Studi Di Kecamatan Turi Lamongan)**

SKRIPSI

Oleh :

ANWAR SYAFIQ ROHMATULLAH

NIM : G03219006



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
SURABAYA**

2026

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Anwar Syafiq Rohmatullah

NIM : G03219006

Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul skripsi "PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK TRAS (Studi Di Kecamatan Turi Lamongan)"

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang ditunjuk sumbernya.

Surabaya, 19 Juni 2026

Saya yang menyatakan



Anwar Syafiq Rohmatullah

NIM. G03219006

Surabaya, 10 Juni 2026

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Deasy Tantriana', written over the printed name.

Dr. Deasy Tantriana, M. M

NIP: 198312282011012009

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK TRAS (Studi Di Kecamatan Turi Lamongan)

Oleh

Anwar Syafiq Rohmatullah

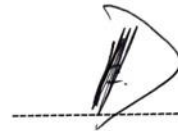
NIM: G03219006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 19 Juni 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan:

1. Dr. Deasy Tantriana, M.M
NIP: 198312282011012009
(Penguji I)
2. Dr. Muchammad Saifuddin,
M.SM.
NIP: 198603132019031011
(Penguji II)
3. Rahma Ulfa Maghfiroh, S.E.,
M.M.
NIP: 198612132019032009
(Penguji III)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP: 199308172020122024
(Penguji IV)



Surabaya, 19 Juni 2026



Devy Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP: 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Anwar Syafiq Rohmatullah
NIM : 603219006
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (Manajemen)
E-mail address : anwar1syafiq@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Tras
(Studi Di Kecamatan Turi Lamongan).

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6 Juli 2026

Penulis

(Anwar Syafiq Rohmatullah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Perilaku masyarakat yang cenderung menuju hal-hal yang lebih praktis memberikan kesempatan bagi para pelaku bisnis. Salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia saat ini adalah industri air minum dalam kemasan (AMDK). Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin menggiurkan, karena kebutuhan akan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Saat ini, terdapat ratusan merek produk AMDK yang beredar di seluruh Indonesia. Salah satu merek tersebut adalah AMDK "TRAS".

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei. Populasi penelitian terdiri dari 96 responden yang dipilih menggunakan teknik pengambilan sampel purposif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berskala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS 28 yang mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji-T, uji-F, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara keseluruhan, harga, kualitas produk, dan promosi memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai R-kuadrat yang telah disesuaikan sebesar 97,7%, keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga faktor tersebut, sedangkan 2,3% variasi dikaitkan dengan faktor eksternal lainnya.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian, AMDK TRAS.

ABSTRACT

People's tendency toward more practical things presents opportunities for business actors. One sector currently experiencing rapid growth in Indonesia is the bottled drinking water (AMDK) industry. The bottled drinking water (AMDK) business is increasingly lucrative, as the demand for drinking water continues to increase along with population growth. Currently, there are hundreds of brands of bottled drinking water products circulating throughout Indonesia. One such brand is "TRAS" bottled drinking water.

This study used a quantitative approach through a survey. The study population consisted of 96 respondents selected using a purposive sampling technique. Data collection was conducted using a Likert-scale questionnaire. Data analysis was performed using IBM SPSS 28, which included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, T-tests, F-tests, and coefficients of determination.

Based on the findings of this study, it can be concluded that price and promotion have a positive and significant impact on purchasing decisions, while product quality has no significant impact on purchasing decisions. Overall, price, product quality, and promotion have a significant impact on purchasing decisions. Based on the adjusted R-squared value of 97.7%, purchasing decisions can be explained by these three factors, while 2.3% of the variation is attributed to other external factors.

Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchasing Decision, AMDK TRAS.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat praktis.....	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Harga	10
2.1.2 Kualitas Produk	12
2.1.3 Promosi.....	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 . Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Variabel Penelitian	31
3.5 Definisi Operasional.....	32
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
3.6.1 Uji Validitas	33
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.7 Jenis dan Sumber Data	34
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	37
3.9.2 Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2 Deskripsi Responden.....	40
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	43
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
4.4 Hasil Analisis Data.....	45

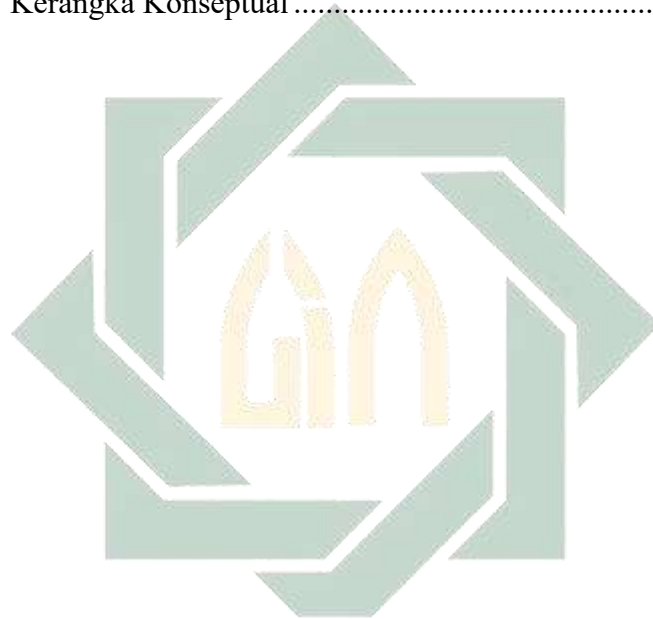
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	54
4.4.4	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
4.4.5	Koefisien Determinasi.....	59
4.4.6	Uji F.....	59
4.4.7	Hasil Uji T	60
4.5	Pembahasan.....	61
4.5.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Tras	62
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Tras	65
4.5.3	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian AMDK Merek Tras	67
4.5.4	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan.....	68
BAB V PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan.....	71
5.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	32
Tabel 3.2 Skala Instrumen Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	43
Tabel 4.5. Deskripsi Variabel Penelitian	44
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Harga (X1).....	45
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	46
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Promosi (X3)	47
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian(Y)	48
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1).....	50
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2).....	51
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3).....	52
Tabel 4.13 Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian(Y)	52
Tabel 4.14 Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas.....	56
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.18 Uji F	59
Tabel 4.19 Hasil Uji T.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Persentase Sumber Air Minum Rumah Tangga di Indonesia	1
Gambar 1.2 Hasil Observasi Penelitian	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana (2005).
- Felip Fiali. *Penharuh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Aqua*, Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prima Indonesia (2024).
- Gavrila, Angel. "Simak Konsumsi Air di Indonesia, Sudahkah Publik Penuhi Standar Harian?", dalam <https://goodstats.id/article/fakta-konsumsi-air-mineral-di-indonesia-sudahkah-masyarakat-memenuhi-standar-konsumsi-harian-YaNYy> , diakses pada 17 April 2025
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2016).
- Hetty Nurdiana Wati dan Mukhroji. *PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KESADARAN HALAL, KUALITAS PRODUK, LABEL HALAL DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LARUTAN CAP BADAQ*, Malang: Cahaya Ilmu Bangsa (2024).
- Rayendra Ivan Setianto. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Utara (Studi Pada Konsumen Di Kabupaten Karanganyar)*, (2023).
- Ipayah dan Abdul Salam. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Kecamatan Lopok)*. Sumbawa: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa (2024).
- Juliandi, Azuar et al. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Apikasi*, Medan: UMSU Press (2014).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi 9*, Jakarta: PT Indeks (2004).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Principle of Marketing, 17th Edition*, London: Pearson (2018).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13*, Jakarta: Erlangga (2016).

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14*, Jakarta: Erlangga (2014).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*, Jakarta: Erlangga (2008).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: Erlangga (2012).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: PT Indeks (2016).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jilid 1&2 Edisi 13* Jakarta: Erlangga (2009).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management, Marketing Management, Fifteenth, Global Edition*, London: Pearson (2016).
- Kumparan Studio, “Asparminas Prediksi Industri Air Kemasan Tumbuh 10 Persen Pada 2025” dalam <https://kumparan.com/kumparanbisnis/asparminas-prediksi-industri-air-kemasan-tumbuh-10-persen-pada-2025-24GO885R4yj/full> , diakses pada 21 Januari 2025
- Lestari, Lulu. “Konsumsi Air Kemasan di Indonesia”, *Jurnal Litbang Sukowati*, Vol. 4, No. 2 (2021).
- Nurmala Sari. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Welong Jaya, Kediri*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri (2023).
- Purnama, Nursyabani. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*, Yogyakarta: Ekonisia (2006).
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis kasus – Integrated Marketing Communication*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama (2009).
- Ririn Maulidah. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua di Kota Malang (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang)*, Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang (2023)
- Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*, Jakarta: PT Indeks (2008).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta (2013).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta (2019).

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya*, Bogor: Ghalia Indonesia (2011).

Supranto, J. *Statistik: Teori dan Aplikasi Jilid 2 Edisi Ketujuh*, Jakarta: Erlangga (2009).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset (2000).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*, Yogyakarta: Andi Offset (2008).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Yogyakarta: Andi (2015).

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran : Prinsip dan Penerapan*, (Yogyakarta: Andi, 2019).

Wibisono, Dermawan. *Riset Bisnis, Panduan Bagi Praktisi dan Akademisi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama (2008).

www.bps.go.id

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A