

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN PADA CV. WELONG JAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**NURMALA SARI
NPM : 18.1.02.02.0179**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2022**

Skripsi oleh :

NURMALA SARI
NPM : 18.1.02.02.0179

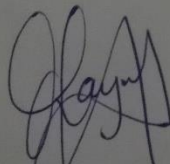
Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN PADA CV. WELONG JAYA**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

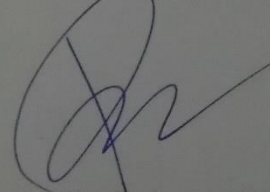
Tanggal: 4 Januari 2023

Pembimbing I



Diah Ayu Septi F., M.M.
NIDN. 0711098703

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd
NIDN. 0730127403

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh :

NURMALA SARI
NPM : 18.1.02.02.0179

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM
KEMASAN PADA CV. WELONG JAYA**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Tanggal : 10 Januari 2023

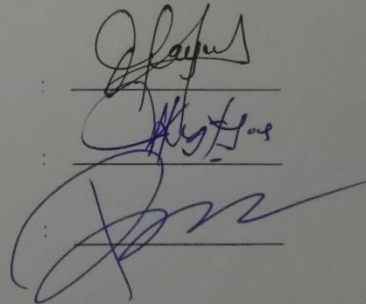
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Ujian:

1. Ketua : Diah Ayu Septi F., M.M.

2. Penguji 1 : Dian Kusumaningtyas, M.M.

3. Penguji 2 : Rino Sardanto, M,Pd



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Nurmala Sari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 27 Mei 2000
NPM : 18.1.02.02.0179
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 4 Januari 2023

Yang Menyatakan



NURMALA SARI

NPM: 18.1.02.02.0179

Motto :

“Kegagalan terjadi karena terlalu banyak berencana tanpa berfikir, Ingatlah segala hal yang merisaukanmu adalah hal kamu ciptakan sendiri”

(Nurmala Sari)

Kupersembahkan karya ini untuk :

Seluruh orang yang menyayangiku.

ABSTRAK

NURMALA SARI : Pengaruh Harga, kualitas produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Welong Jaya, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci : harga, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian

Penelitian ini berkontribusi untuk menguatkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang berupa jawaban kuesioner yang disebarikan secara langsung kepada responden. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang masih aktif melakukan transaksi selama 5 tahun berturut – turut serta berdomisili kecamatan Ngasem berjumlah 61 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yang meliputi uji t dan uji f, serta koefisien determinasi dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan tingkat signifikansi $0,894 > 0,05$, kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan tingkat signifikansi $0,045 < 0,05$ serta promosi berpengaruh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan, secara simultan harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ditunjukkan dengan hasil uji F dengan tingkat signifikansi $0,015 < 0,05$.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Welong Jaya” ini ditulis guna memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, S.E., M.M. selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Diah Ayu Septi F., M.M. selaku Dosen pembimbing 1 yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen pembimbing 2 yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah memberi semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun, guna kesempurnaan di masa mendatang dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Kediri, 4 Januari 2023

Nurmala Sari

NPM: 18.1.02.02.0179

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
A. LATAR BELAKANG MASALAH	14
B. IDENTIFIKASI MASALAH	16
C. BATASAN MASALAH	17
D. RUMUSAN	17
E. TUJUAN PENELITIAN	17
F. KEGUNAAN PENELITIAN	18
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. KAJIAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
1. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2. Harga.....	Error! Bookmark not defined.
3. Kualitas produk.....	Error! Bookmark not defined.
4. Promosi	Error! Bookmark not defined.
B. PENELITIAN TERDAHULU	Error! Bookmark not defined.
C. KERANGKA BERFIKIR	Error! Bookmark not defined.
1. Hubungan Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.

3. Hubungan antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4. Hubungan Harga, Kualitas Produk, serta Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
D. KERANGKA KONSEPTUAL	Error! Bookmark not defined.
E. HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. VARIABEL PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
1. Identifikasi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
B. TEKNIK DAN PENDEKATAN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
1. Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
1. Tempat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. POPULASI DAN SAMPEL.....	Error! Bookmark not defined.
1. Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. INSTRUMEN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
1. Pengembangan Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji validitas.....	Error! Bookmark not defined.
3. Uji reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
F. SUMBER DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	Error! Bookmark not defined.
1. Sumber data	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik pengumpulan data.....	Error! Bookmark not defined.
G. TEKNIK ANALISIS DATA.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji asumsi klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis regresi linier berganda	Error! Bookmark not defined.

3. Pengujian hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

4. Koefisien Determinasi (R^2).....**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN Error! Bookmark not defined.

1. Sejarah Singkat CV. Welong Jaya....**Error! Bookmark not defined.**

2. Struktur Organisasi CV. Welong Jaya **Error! Bookmark not defined.**

3. Uraian Tugas.....**Error! Bookmark not defined.**

B. KARAKTERISTIK RESPONDENError! Bookmark not defined.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

C. DESKRIPSI DATA VARIABEL.....Error! Bookmark not defined.

1. Tanggapan responden terhadap variabel harga**Error! Bookmark not defined.**

2. Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Tanggapan responden terhadap promosi **Error! Bookmark not defined.**

4. Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian **Error! Bookmark not defined.**

D. ANALISIS DATAError! Bookmark not defined.

1. Uji Asumsi Klasik.....**Error! Bookmark not defined.**

2. Analisis Regresi Linier Berganda**Error! Bookmark not defined.**

3. Uji Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

4. Uji Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**

E. PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. **Error! Bookmark not defined.**

4. Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
A. SIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
C. IMPLIKASI	74
B. SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
Lampiran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Lima pilihan skala likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Kriteria Pengambilan Keputusan DW test	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Tanggapan responden terhadap variabel harga...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Tanggapan responden terhadap variabel promosi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji t	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Koefisien determinasi R^2	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Keputusan pembelian merupakan isu yang masih layak untuk diteliti mengingat banyaknya produk yang beredar, maka masyarakat memiliki berbagai pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Pilihan konsumen terhadap suatu barang dan jasa lazimnya didasarkan pada beberapa faktor yang ada. Di antara faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan barang dan jasa adalah kualitas produk, harga dan promosi. Secara umum, jika faktor tersebut baik maka citra produk barang dan jasanya baik, sebaliknya, jika faktor tersebut tidak baik maka otomatis citra produk barang dan jasa tersebut tidak baik (Laoli & Hasan, 2020)

Faktor pertama yang penting bagi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan (Satriadi, 2021). Konsumen sering membandingkan harga antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, begitu pula sebaliknya semakin rendah harga maka semakin tinggi keputusan pembelian. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khabibi (2020) harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor selanjutnya merupakan kualitas produk. Kualitas Produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Rosnaini, 2019). Kualitas produk dapat diartikan sebagai elemen utama yang harus

diperhatikan oleh pemilik usaha untuk mempertahankan bisnis ataupun membuat usaha maju dan berkembang. Dengan adanya kualitas produk yang menjanjikan, akan membuat konsumen percaya dan puas terhadap produk yang kita tawarkan. Dalam penelitian Abdurrahman (2019) kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor penting keputusan pembelian selanjutnya merupakan promosi. Promosi merupakan media edukasi bagi konsumen yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan promosi yang menarik perhatian akan menumbuhkan minat calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan promosi bukan hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian / penggunaan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Fitriana, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusa & Hastono (2018) promosi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

CV. Welong jaya merupakan perusahaan distribusi resmi Tirta Investama/danone yang menjual produk air minum dalam kemasan. Meski begitu terdapat beberapa hal yang terkait kurangnya pemasaran, atau informasi mengenai perusahaan. CV. Welong jaya , terletak di Jl. Mauni No.71, Bangsal, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur. Beberapa produk air minum dalam kemasan yang di jual antara lain : AQUA dan VIT 220, 330, 450, 600, 1500, galon isi dan botol, MIZONE.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen CV. Welong jaya yang telah dikumpulkan oleh peneliti, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada CV. Welong jaya yaitu harga produk, kualitas produk, serta promosi. Hal tersebut dapat dianalisis beberapa kelemahan pada perusahaan ini dari segi variabel tersebut,

Harga merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk menjaga serta

meningkatkan posisi perusahaan di pasar serta meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. CV. Welong jaya merupakan distributor resmi yang ada di kota Kediri. Karena hal tersebut penetapan harga mengikuti harga pabrik ditambah dengan ongkos pengiriman. Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu konsumen mendapatkan harga yang lebih murah dari sales lain.

Kualitas Produk merupakan salah satu strategi CV. Welong jaya dalam mempertahankan loyalitas konsumen untuk meningkatkan penjualan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap salah satu konsumen, terdapat keluhan mengenai bocornya kemasan galon pada merek tertentu.

Promosi merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk mengenalkan produk agar menarik perhatian para konsumen. Dengan membuat konsumen tertarik maka akan memperbesar peluang dalam penjualan produk. Pada CV. Welong jaya menggunakan potongan harga yang memiliki jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil wawancara pada konsumen, perusahaan CV. Welong jaya kurang memanfaatkan alat promosi seperti banner, stiker, ataupun media online untuk memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk membahas tentang **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Welong Jaya”**.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan maka dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Karena penentuan harga mengikuti harga pabrik yang ditambah ongkos kirim, terdapat selisih harga pada perusahaan lain.
2. Ada berbagai kualitas air minum dalam kemasan yang dijual, seperti aqua dengan

berbagai macam ukuran kemasan

3. CV. Welong jaya kurang memanfaatkan alat promosi untuk memperluas jangkauan pasar.

C. BATASAN MASALAH

Karena begitu banyak dan kompleks permasalahan yang harus diselesaikan, maka penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah. Hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian mendapatkan hasil yang lebih focus dan mendalami masalah. Pembatasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Peneliti hanya meneliti terkait variabel yang meliputi harga, kualitas produk, dan promosi
2. Ruang lingkup penelitian hanya meneliti konsumen CV. Welong jaya yang sudah berlangganan.

D. RUMUSAN

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya?
4. Apakah harga kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya ?

E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan tujuan yaitu untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh secara parsial pada keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya
4. Untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan pada CV. Welong jaya.

F. KEGUNAAN PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan praktis

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman yang berharga yang dapat menambah pengetahuan peneliti khususnya mengenai manajemen pemasaran.

- b. Bagi CV. Welong jaya

Penelitian ini dapat digunakan CV. Welong jaya untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan pemasaran sehingga dapat membantu perusahaan untuk mengambil keputusan mengenai tindakan korektif yang perlu diambil pada CV. Welong jaya di tengah-tengah persaingan usaha air minum dalam kemasan, baik

dari pesaing-pesaing lama maupun dari pesaing-pesaing baru.

c. Bagi pihak lain

Dengan penelitian ini, dapat menjadi acuan bagi peneliti lain serta dapat berguna sebagai bahan referensi yang bermanfaat untuk peneliti selanjutnya

2. Kegunaan teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi masukan – masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi untuk mengambil kebijakan – kebijakan yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, serta promosi dan keputusan pembelian air minum dalam kemasan.