

ABSTRAK

Sulfiqran. 2026. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Kemasan Pada PT. Tirta Sukses Perkasa. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Moh. Aris Pasigai dan Ismail Rasulong.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian air minum dalam kemasan merek Club pada PT Tirta Sukses Perkasa di Kabupaten Takalar. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 150 responden yang dipilih menggunakan metode *sampling* acak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, variabel Kualitas Produk (sig. 0,005) dan Citra Merek (sig. 0,000) terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa mutu produk yang terjamin serta persepsi merek yang kuat menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk memilih merek Club. Sebaliknya, variabel Harga (sig. 0,774) ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengindikasikan bahwa perubahan harga bukan menjadi pertimbangan utama konsumen dalam konteks produk ini. Temuan ini menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan perlu berfokus pada pemeliharaan standar kualitas air dan penguatan citra merek di benak masyarakat, mengingat konsumen lebih mengutamakan rasa aman dan kepercayaan terhadap produk dibandingkan faktor harga semata.

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

ABSTRACT

Sulfiqran. 2026. *The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Purchasing Decisions of Bottled Drinking Water at PT. Tirta Sukses Perkasa.* Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Moh. Aris Pasigai and Ismail Rasulong.

This study aims to analyze the influence of Product Quality, Price, and Brand Image on purchasing decisions for Club brand bottled water at PT Tirta Sukses Perkasa in Takalar Regency. This study used an associative quantitative approach using multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires from 150 respondents selected using a random sampling method. The results showed that all three independent variables simultaneously had a significant influence on purchasing decisions. Partially, Product Quality (sig. 0.005) and Brand Image (sig. 0.000) had a positive and significant influence. This indicates that guaranteed product quality and strong brand perception are the primary factors driving consumers to choose the Club brand. Conversely, Price (sig. 0.774) was found to have no significant influence on purchasing decisions, indicating that price changes are not a primary consideration for consumers in this product context. These findings suggest that to increase sales volume, companies need to focus on maintaining air quality standards and strengthening brand image in the public mind, given that consumers prioritize safety and trust in the product over price alone.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchasing Decision.