

ABSTRAK

Menunjukkan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan juga perlu diperhatikan. Untuk itu, perusahaan terlebih dahulu harus memahami dan menganalisis perilaku konsumen terutama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan akan suatu produk yang dibutuhkan. Strategi dan inovasi juga harus ditingkatkan perusahaan terutama untuk barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen. Dasar penelitian ini yang dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian untuk menganalisis pengaruh yang sesuai dari hubungan persepsi harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada konsumen air mineral cleo di Kota Semarang. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Banyumanik Kota Semarang sebanyak 12.616 orang, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Air Mineral Cleo di Kota Semarang, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Air Mineral Cleo di Kota Semarang, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Air Mineral Cleo di Kota Semarang.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian Konsumen