

## ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Jika konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu, maka keadaan satu-satunya tanpa pilihan lain ini bukanlah suatu keputusan. Banyak faktor dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya harga, kualitas produk dan citra merek. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Obyek penelitian ini adalah air minum dalam kemasan merek Pelangi Kemasan 600ml karena penjualan dari tahun 2011 – 2013 terus mengalami penurunan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli air minum dalam kemasan merek Pelangi kemasan 600ml di Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS menunjukkan bahwa : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

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