

## ABSTRAK

Produk minuman sari buah Siiplah yang mulai di produksi oleh PT. Mannasatria Kusumajaya Perkasa pada tahun 2006, juga ikut bersaing terhadap minuman sari buah lainnya, seperti frutang, ale – ale, oishi, dan abc. Minuman sari buah Siiplah ini sudah banyak tersebar di indonesia, dan minuman sari buah Siiplah memiliki banyak macam rasa yaitu apel, apel leci, apel mangga, apel markisa, apel anggur, apel peach, dan jambu merah. Minuman sari buah Siiplah, adalah sebuah minuman yang dapat menyehatkan tubuh. Banyak vitamin yang dikandung pada sari buah tersebut.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel (X) yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi dengan variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian minuman sari buah Siiplah di Batu, dengan populasi yaitu konsumen minuman sari buah Siiplah di Kusuma Agrowisata Batu dan diambil sampel sebanyak 110 responden. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisa Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi Berganda (R), Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ), Uji F (Uji Secara Serentak), Uji Hipotesis Parsial (t)

Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian minuman sari buah Siiplah di Batu telah terbukti. Hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan uji F, dimana hasil yang didapatkan adalah menunjukkan angka  $F_{hitung} 17.781 > F_{tabel} 2.70$  ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga, dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman sari buah Siiplah di Batu dan sampel sebanyak 110 responden. Pengukuran data

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari Uji Validitas adalah *valid*. Uji Realibilitas adalah *reliable*, dari Analisa Regresi Linear Berganda telah didapatkan permodelan yaitu  $Y = 1.418 + 0.175X_1 + 0.026X_2 + 0.465X_3$ , Dari Koefisien Korelasi Berganda (R) didapatkan hasil yaitu 0.579. Dari Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) diadaptkan hasil yaitu 33,5%. Dari Uji F (uji serentak) didapatkan hasil yaitu  $F_{hitung} 17.781 > F_{tabel} 2.70$  sehingga dapat dikatakan bahwa ketiga variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kputusan pembelian minuman sari buah Siiplah di Batu. Dari hasil uji Hipotesis Parsial (t) didapatkan hasil yaitu variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $2.327 > t_{tabel} 1.984$ , Harga ( $X_2$ )  $t_{hitung}$  sebesar  $0.261 < t_{tabel} 1.984$ , dan Promosi ( $X_3$ )  $t_{hitung}$  sebesar  $5.124 > t_{tabel} 1.984$ . Dari ketiga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi ( $X_3$ ) merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar  $t_{hitung}$  sebesar  $5.124 > t_{tabel} 1.984$

Kata Kunci : *minuman sari buah, kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian*