

ABSTRAK

Kratingdaeng adalah salah satu merk minuman berenergi yang terkenal di Indonesia. Di kawasan eropa, America, Australia, Africa minuman ini dikenal dengan nama REDBULL, sedangkan di asia di kenal dengan kratingdaeng. Kratingdaeng di Indonesia mengeluarkan 2 varian yaitu Kratingdaeng dan Kratingdaeng S. yang membedakan produk ini adalah komposisi untuk di kratingdaeng yang S memiliki komposisi yang lebih tinggi dari pada kratingdaeng yang biasa. Di Indonesia PT. Asiasejahtera Perdana Pharmaceutical adalah nama terpercaya sebagai distributor unggul di bidang minuman energi dan kesehatan sebagai distributor tunggal produk Kratingdaeng, You C1000 Vitamin, You C1000 Water, You C Vitamin Water, Torpedo, Red Bull, yang lebih dikenal sebagai produk minuman energi dan kesehatan yang beredar di pasaran Indonesia. Kratingdaeng adalah pemimpin pasar di kategori Minuman Energi Cair. Beragam penghargaan baik ICASA dan IBBA telah diperoleh dari tahun ke tahun. Kandungannya yang mampu memulihkan stamina terbukti aman untuk dikonsumsi setiap hari.

Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas (X), yang terdiri dari (X₁) Produk, (X₂) Harga, dan Promosi (X₃) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian (Y) kratingdaeng di swalayan Surabaya Timur telah terbukti. Hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan uji F, dimana hasil yang didapatkan adalah menunjukkan angka $F_{hitung} 12.190 > F_{tabel} 2,70$ ini berarti H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sehingga, dapat di simpulkan bahwa variabel produk (X₁), harga (X₂), dan promosi (X₃) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas (X), yang terdiri dari (X₁) Produk, (X₂) Harga, dan Promosi (X₃) berpengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap keputusan pembelian (Y) terhadap keputusan pembelian (Y) kratingdaeng di swalayan Surabaya Timur telah terbukti. Produk (X₁) t hitung (3,266) > t tabel (1,985), Harga (X₂) t hitung (-2,785) > t tabel (1,985), Promosi (X₃) t hitung (2,458) < t tabel (1,985).

Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen adalah variabel produk karena memiliki nilai *Standardized Coefficients-beta* tertinggi sebesar 0.306 dari pada variabel bebas lainnya sehingga dapat diketahui bahwa produk merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan dari pada variabel harga jadi pada hipotesis ketiga tidak terbukti.