

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup masyarakat biasanya dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka. Salah satu perubahan itu adalah pola konsumsi mereka terhadap air minum dalam kemasan, yang banyak dipilih oleh sebagian besar masyarakat. Dari sekian banyak jenis air minum dalam kemasan yang ada penulis mengambil air minum dalam kemasan merek Nol-Nol sebagai obyek penelitian.

Dari penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh variabel produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen membeli air kemasan merek Nol-Nol. Dari hasil analisis regresi didapat hasil : $Y = -0,1547 + 0.360 X_1 + 0.549 X_2 + 0.477 X_3$, yang berarti menunjukkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan ditunjukkan dengan hubungan keeratan antara variabel *adjusted R square* sebesar 5.4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Lalu pengujian hipotesis dilakukan dengan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel Y, yang hasilnya didapat sebesar 14.898, dimana $F_{hitung} 14.898 > F_{tabel} 2.84$, berarti secara simultan variabel-variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

Selain itu, juga menggunakan uji t untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel Y, yang hasilnya menunjukkan: $X_1 t_{hitung} (2,121) > t_{tabel} (1,67)$, $X_2 t_{hitung} (4,237) > t_{tabel} (1,67)$, $X_3 t_{hitung} (3,744) > t_{tabel} (1,67)$, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel X_1 , X_2 , X_3 , memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y, Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan terhadap variabel Y adalah X_2 (harga). Hal ini dapat dilihat dari *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0.470.