

## **ABSTRAK**

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang semakin ketat, masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan dalam mengkonsumsi air bersih untuk kebutuhannya sehari-hari, sampai saat ini terdapat banyak perusahaan-perusahaan pemurni air bersaing menjadi yang terbaik untuk menguasai pangsa pasar dalam negeri. Objek penelitian ini adalah produk pemurni air Pure It dari Unilever. Pure It merupakan produk Unilever yang resmi diproduksi di Indonesia sejak tahun 2010. Penulis tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Unilever Pure It pada konsumen Hypermart Bandung Indah Plaza. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dan verifikatif. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh 93 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisa regresi berganda guna mengetahui besarnya koefisien regresi serta menunjukkan besarnya pengaruh harga dan kualitas produk baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian produk Unilever Pure It. Pengolahan data menggunakan melalui program SPSS versi 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun parsial. Secara parsial, kualitas produk lebih besar dibandingkan harga. Harga memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Along with the development of technology and information becomes more intense, the community faced with different choices to consume clean water for daily needs, until today there are many firms competing water purifier to be the best for the domestic market share. The object of this study is a water purifying products from Unilever Pure It. Pure It is a product of Unilever were officially produced in Indonesia since 2010. The authors are interested in doing research on the effect of price and quality of product to the purchase decision process on the consumer Unilever Pure It Hypermart Bandung Indah Plaza. The method used is descriptive analysis and verification. This research data obtained through interviews and questionnaires by 93 respondents. The analysis technique used is multiple regression analysis in order to determine the magnitude of the regression coefficient and shows the effect of price and product quality, both simultaneously and partially on Unilever product purchasing decisions Pure It. Processing data using SPSS version through 19. The results showed that the price and quality of products and sigifikan positive influence on purchasing decisions either simultaneously or partially. Partially, product quality is greater than the price. Price has indirectly influence the purchasingdecision.*

*Keywords: Price, Quality Product and Purchasing Decisions*