

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN DALAM
KEMASAN TEH BOTOL SOSRO PADA MAHASISWA DI
FAKULTAS EKONOMI**

Oleh

Putu Ari Astiti

NIM 1617041200

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui dan menganalisis (1) faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh pada keputusan pembelian minuman didalam kemasan Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi (2) faktor yang sangat cenderung mempengaruhi keputusan pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Penelitian ini mempergunakan jenis penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan mempergunakan kuesioner dan dianalisis dengan analisis faktor. Adapun kriteria responden (1) Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi (2) pernah melakukan pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro adalah faktor keunggulan, faktor nilai lebih, faktor pendukung (2) faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian minuman dalam kemasan Teh Botol Sosro adalah faktor keunggulan produk, harga, citra merk, saluran layanan, pembelajaran, situasi ekonomi, kualitas, keluarga.

Kata Kunci: Analisis faktor, Produk, Harga, Citramerk.

**FACTORS AFFECTING THE PURCHASE DECISION OF BEVERAGES
IN TEA BOTTLE SOSRO ON STUDENTS IN THE FACULTY OF
ECONOMICS**

By

Putu Ari Astiti

NIM 1617041200

Management major

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze (1) the factors that can influence the decision to purchase beverages in the Teh Botol Sosro packaging for the students of the Faculty of Economics (2) the factors that tend to influence the decision to purchase beverages in the Teh Botol Sosro packaging. This research uses quantitative research. Data were collected using a questionnaire and analyzed by factor analysis. The criteria for respondents (1) are active students of the Faculty of Economics (2) have purchased drinks in Teh Botol Sosro packaging. The results of this study indicate that (1) the factors that influence the decision to purchase beverages in Teh Botol Sosro packaging are the superiority factor, the added value factor, the supporting factor (2) the dominant factor influencing the decision to purchase beverages in the Teh Botol Sosro packaging is the product superiority factor. , price, brand image, service channel, learning, economic situation, quality, family.

Keywords: Factor analysis, Product, Price, Citramerk.

