

ABSTRAK

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH
PRODUK AIR MINUM MINERAL ISI ULANG:
SEBUAH RELEVANSI DENGAN UNDANG-UNDANG
PENGELOLAAN SUMBER DAYA AIR**

Studi Kasus Pada Mahasiswa Konsumen Produk AMIU di Sleman 2007

GREGORIUS ADELIES LAKSANA
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2008

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan pelayanan depot Air Minum Isi Ulang (AMIU) dengan keputusan konsumen dalam memilih produk AMIU. Penelitian ini dilakukan terhadap Mahasiswa di Sleman yang menjadi konsumen produk AMIU selama 3 bulan berturut-turut.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2007. Populasi penelitian ini meliputi seluruh mahasiswa yang menjadi konsumen yang membeli produk AMIU di depot AMIU selama 3 bulan berturut-turut. Sampel penelitian sebesar 60 konsumen ditentukan dengan metode *Incidental Non Random Sampling*.

Untuk mengetahui hubungan antara masing-masing variabel bebas yang meliputi fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan pelayanan dengan keputusan konsumen digunakan teknik korelasi *Spearman Rank Correlation*.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor fasilitas fisik mempunyai hubungan signifikan dengan keputusan konsumen dalam memilih produk AMIU ($r_{xy}=0,312$; $p= 0,015$). Untuk faktor bauran penjualan eceran produk, harga produk, promosi dan pelayanan tidak ada hubungan yang signifikan dengan keputusan konsumen.

ABSTRACT

**AN ANALYSIS OF THE FACTORS INFLUENCING CONSUMERS'
DECISION TO CHOOSE REFILL WATER PRODUCT:
AN RELEVANCE WITH WATER RESOURCES MANAGEMENT'S LAWS
Case study to College/University Students that Consume Refill Water (AMIU)
at Sleman 2007**

**GREGORIUS ADELIES LAKSANA
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2008**

The aim of the research were to know the correlation between physical facilities, product, price, promotion and service refill water (AMIU) branch-establishments with consumers' decisions to choose AMIU. This research was a case study to college or university students that consume AMIU for three month at Sleman 2007.

This research was conducted on March 2007. The population of the research was all college or university students that consume AMIU product for three month at the AMIU depots. The writer took 60 respondents as samples by using *Incidental Non Random Sampling* technique.

For knowing the correlation between each independence variables with consumers' decisions, the data would be analysed by *Spearman Rank Correlation* method.

The findings showed that there was a positive and significant correlation between physical facilities and consumers' decision ($r_{xy}= 0,312$; $p= 0,015$). For the other factors like product, price, promotion and service, there were no significant correlation with consumers' decision.