

## ABSTRAK

Luppy Novitasari, 2025. Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Produk dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek AQUA di Kota Madiun). Pembimbing (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., Pembimbing (II) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh brand trust, kualitas produk dan lifestyle terhadap keputusan pembelian masyarakat pada produk air minum dalam kemasan galon merek AQUA di Kota Madiun. Penelitian ini dilakukan pada pengguna air minum dalam kemasan galon merek AQUA DI Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden yang merupakan pengguna air galon merek AQUA di Kota Madiun. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan menggunakan bantuan SPSS.25. Hasil penelitian ini adalah *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA dan *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk AQUA di Kota Madiun.

**Kata Kunci** : *Brand trust*, Kualitas produk, *Lifestyle* dan Keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

Luppy Novitasari, 2025. The Influence of Brand Trust, Product Quality, and Lifestyle towards Purchasing Decisions for AQUA Brand Bottled Water (A Case Study of AQUA Brand Bottled Water Users in Madiun City). supervisor (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M., Supervisor (II) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M.

This study aims to determine the influence of brand trust, product quality, and lifestyle towards purchasing decisions for AQUA brand bottled water in Madiun City. This study was conducted among AQUA brand bottled water users in Madiun City. This study used a quantitative approach with a survey method through the distribution of questionnaires to 385 respondents who were AQUA brand bottled water users in Madiun City. The data analysis technique used was multiple linear regression, using SPSS 25. The results of this study indicate that brand trust significantly influences purchasing decisions for AQUA products, product quality significantly influences purchasing decisions for AQUA products, and lifestyle significantly influences purchasing decisions for AQUA products in Madiun City.

**Keywords:** Brand Trust, Product Quality, Lifestyle, Purchasing Decisions.