

## ABSTRAK

Tren peningkatan konsumsi susu cair yang diulas dalam Makalah Kebijakan No.52 Transfer Teknologi dan Pengetahuan untuk Peternakan Sapi Perah yang mana Indonesia memiliki tingkat konsumsi susu cair yang terus meningkat setiap tahunnya sejak tahun 2018 hingga 2022, total konsumsi susu secara berurut adalah 161 ribu ton, 187 ribu ton, 196 ribu ton, 197 ribu ton, dan 204 ribu ton yang berarti semakin besar pasar susu cair di Indonesia. Bear Brand adalah salah satu brand besar yang menggarap pasar susu cair di Indonesia dan memiliki tantangan dalam meningkatkan penjualan melalui keputusan pembelian. Penelitian ini berfokus pada dua variabel pada Bear Brand yaitu Kualitas Produk dan Harga yang menjadi kekuatan bersaing walaupun secara harga bukan yang paling murah bahkan termasuk mahal. Tinjauan literatur internasional dan nasional menyatakan bahwa ada hubungan antara Variabel Kualitas Produk dan Harga dengan variabel Keputusan Pembelian, dan tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kedua variabel dependen terhadap Keputusan Pembelian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik non-probability sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah 100 responden yang mengetahui atau sudah produk Susu Bear Brand. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian berdasarkan analisis deskriptif untuk variabel Kualitas Produk sudah dalam kategori Cukup sebesar 65%, variabel Harga sudah dalam kategori Cukup sebesar 65%, dan variabel Keputusan Pembelian sudah dalam kategori Cukup sebesar 66%. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan besarnya pengaruh sebesar 74,4% dan sisanya sebesar 25.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian**