

## ABSTRAK

Industri air mineral di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya air bersih dan sehat. Fenomena ini juga menciptakan persaingan ketat di antara produsen besar seperti Aqua, Cleo, dan Club, serta produsen lokal yang terus berinovasi. Salah satu tantangan utama dalam industri ini adalah bagaimana menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk dan menjaga keunggulan di pasar. Bauran harga menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran untuk menarik konsumen dan meningkatkan daya saing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi bauran harga diterapkan oleh PT Patna Lestari, produsen air mineral Heviitro, dalam upaya meningkatkan daya saing di pasar air mineral. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Informan penelitian adalah karyawan yang terlibat dalam strategi pemasaran dan konsumen produk Heviitro, sehingga memberikan perspektif yang komprehensif tentang strategi penetapan harga dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Patna Lestari menerapkan strategi harga yang kompetitif dengan memanfaatkan diskon secara strategis dan inovasi kemasan ramah lingkungan. Namun, tantangan yang dihadapi perusahaan adalah menjaga keseimbangan antara harga yang kompetitif dan persepsi konsumen terhadap nilai produk. Perusahaan perlu memperhatikan frekuensi diskon dan strategi komunikasi untuk memperkuat hubungan dengan konsumen serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** Analisis Bauran Harga.