

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM DI JABODETABEK

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu penghasil teh terbaik dunia, maka masyarakat Indonesia telah meminum teh sejak zaman dahulu. Dalam pergantian zaman saat ini, banyak orang minum teh untuk dinikmati dan kapanpun mereka inginkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 150 responden yaitu pelanggan yang membeli Teh Pucuk Harum di Jabodetabek. Dalam penelitian ini, alat yang digunakan peneliti untuk menganalisis yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2). Alat pengujian yang digunakan adalah program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk, promosi dan citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, persepsi harga, promosi dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan berpengaruh pada keputusan pembelian pada Teh Pucuk Harum di JABODETABEK adalah variabel promosi.

Kata Kunci : *citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, persepsi harga, promosi.*

(xiii + 66 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2016 – 2023)