

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH INDONESIA CABANG CILODONG

ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Salah satu bisnis yang cukup diminati yaitu dibidang makanan dan minuman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian Es Teh Indonesia cabang Cilodong.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif, tahap uji yang dilakukan adalah: uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dan wawancara. Metode pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dan teknik yang digunakan yaitu purposive sampling dengan sampel berjumlah 210 responden. Alat pengolahan dari analisis data serta pengujian hipotesis yang digunakan adalah SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk, promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Es Teh Indonesia cabang Cilodong sedangkan persepsi harga dan citra merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Es Teh Indonesia cabang Cilodong.

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

(xiii + 86 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2001 – 2021)