

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH DALAM KEMASAN PUCUK HARUM
(Survey pada Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen FEB UPN “Veteran”
Yogyakarta)**

NERIKA RIANDA
NIM. 141110043

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
nerikarianda17@yahoo.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Teh Dalam Kemasan Pucuk Harum. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria : mahasiswa S1 jurusan manajemen FEB UPN “Veteran” Yogyakarta dan sudah pernah membeli minuman Teh Pucuk Harum dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Teh Dalam Kemasan Pucuk Harum pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.995, artinya 99,5% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Kualitas Produk, Harga dan Promosi) dan sisanya yaitu 0,5% ($100\% - 99,5\% = 0,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, ketiga variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga dan Promosi bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian