

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH DALAM KEMASAN SIAP MINUM**

**(Survei Pada Konsumen Teh Dalam Kemasan Siap Minum Merek Ichitan Di Kota
Yogyakarta)**

SIDIK ARIYANTO

NIM. 141150106

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail : sidik.ariyanto14@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada teh dalam kemasan siap minum merek Ichitan di Kota Yogyakarta. Adapun sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *Purposive Sampling* yang kemudian di dapat sampel sebanyak 100 responden. Data pada penelitian ini diperoleh dengan metode kuesioner melalui *Google Form* yang diisi secara mandiri. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan dan memberi kesimpulan bahwa: (1) iklan, kualitas produk dan harga bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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