

Ikhda Miftakhul Ulumi. 2025. Pengaruh Kualitas Produk, Pendapatan Konsumen, dan Lokasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Teh 2 Tang di Swalayan Mutiara Cahaya Tegal. Dibimbing oleh Budiarto.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, pendapatan konsumen, dan lokasi pemasaran terhadap keputusan pembelian teh 2 Tang di Swalayan Mutiara Cahaya Tegal. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Metode penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data, dengan jumlah responden 40 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data menggunakan metode dokumen, kuesioner, dan penelitian pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk, pendapatan konsumen, dan lokasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian teh 2 Tang di Swalayan Mutiara Cahaya Tegal.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Lokasi Pemasaran, Pendapatan Konsumen, Teh 2 Tang

Ikhda Miftakhul Ulumi. 2025. *The Effect of Product Quality, Consumer Income, and Marketing Location on Purchasing Decisions for 2 Tang Tea at Mutiara Cahaya Supermarket Tegal.* Supervised by Budiarto.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, consumer income, and marketing location on purchasing decisions for 2 Tang tea at Mutiara Cahaya Supermarket, Tegal. This type of research is quantitative research using a survey method. The method of determining the research location was determined intentionally (purposive). The sampling method used a nonprobability sampling technique with an accidental sampling method. Respondents in this study were anyone who happened to meet the researcher and was suitable as a data source, with a total of 40 respondents. The types of data used were primary data and secondary data. Data collection methods used document methods, questionnaires, and library research. This study used multiple linear regression analysis with research results showing that product quality, consumer income, and marketing location had a positive and significant effect on purchasing decisions for 2 Tang tea at Mutiara Cahaya Supermarket, Tegal.

Keywords: *Consumer Income, Marketing Location, Product Quality, Purchase Decision, Tea 2 Tang*