

## ABSTRAK

Teh Pucuk Harum dibentuk berdasarkan dari pucuk daun teh pilihan, bagian terbaik buat menciptakan minuman teh. Proses pengolahan alami menjamin rasa teh yang segar sama seperti minuman teh yang baru dibuat. Teh Pucuk Harum juga bebas dari bahan pengawet, bebas pewarna dan pemanis buatan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya fenomena yang terjadi pada pangsa pasar produk Teh Pucuk Harum yang mengalami peningkatan cukup signifikan dari tahun-tahun sebelumnya, sehingga dapat menyaingi produk minuman teh dalam kemasan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap minat beli ulang teh pucuk harum di Desa Kebonagung Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang. Penelitian ini dilakukan pada konsumen dengan jumlah 60 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purpose sampling, dengan kriteria responden telah membeli produk Teh Pucuk Harum minimal dua kali. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang menggunakan software SPSS. Hasil penelitian yang diperoleh berupa secara parsial kualitas produk dan kepuasan konsumen tidak berpengaruh signifikan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh Pucuk Harum. Secara simultan ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang Teh Pucuk Harum.

**Kata kunci :** Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.

## **ABSTRACT**

*Fragrant Pucuk Tea is made from selected tea leaf shoots, the best part for making tea drinks. The natural processing ensures that the tea tastes as fresh as freshly brewed tea. Teh Pucuk Harum is also free from preservatives, free from artificial colors and sweeteners. This research was conducted based on the phenomenon that occurred in the market share of Teh Pucuk Harum products which experienced a significant increase from previous years, so that they could compete with other packaged tea drinks. This study aims to determine the effect of partially or simultaneously the effect of product quality, brand image, and consumer satisfaction on the buying interest of fragrant shoots tea in Kebonagung Village, Sukodono District, Lumajang Regency. This research was conducted on consumers with a total of 60 respondents. The sampling technique used is purpose sampling, with the criteria of respondents having purchased Teh Pucuk Harum products at least twice. The data analysis technique in this study is multiple regression analysis using SPSS software. The results obtained in the form of partial product quality and consumer satisfaction have no significant effect and brand image has a significant effect on repurchasing interest in Teh Pucuk Harum. Simultaneously, the three independent variables have a significant effect on the buying interest of Pucuk Harum Tea.*

**Keywords : Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction and Repurchase Interest.**