

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM PADA
KONSUMEN TOKO SENA MART DI LUMAJANG**

Abstrak

Diantara banyaknya produk teh siap konsumsi di Indonesia, salah satu yang paling diminati adalah Teh Pucuk Harum. Dalam 3 tahun berturut – turut Teh Pucuk Harum telah menjadi peringkat pertama pada Top Brand Index (TBI) meski baru muncul dipasaran sekitar tahun 2011 teh pucuk telah sukses di pasaran. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar variabel dalam penelitian ini memengaruhi keputusan pembelian teh pucuk harum pada Toko Sena Mart di Lumajang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuisioner, banyaknya responden dalam penelitian ini sebanyak 92 responden. Dengan jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 120 dan teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Penhujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk Teh Pucuk Harum pada Toko Sena Mart di Lumajang. 2) harga berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk Teh Pucuk Harum pada Toko Sena Mart di Lumajang. 3) Promosi berpengaruh signifikan terhadap pembelian produk Teh Pucuk Harum pada Toko Sena Mart di Lumajang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH PUCUK HARUM PADA
KONSUMEN TOKO SENA MART DI LUMAJANG**

Abstract

Among the many ready-to-consume tea products in Indonesia, one of the most popular is the Pucuk Harum Tea. In 3 consecutive years - Fragrant Shoots Tea has been ranked first on the Top Brand Index (TBI) even though it only appeared on the market around 2011. Shoots tea has been successful in the market. Researchers want to know how much the variables in this study influence the decision to buy fragrant shoot tea at the Sena Mart shop in Lumajang. This research uses quantitative research methods. Data was collected by distributing questionnaires, the number of respondents in this study were 92 respondents. The total population in this study was 120 and the sampling technique used was nonpronanility sampling. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques. After partial testing or t-test, the following results are obtained: 1) product quality has a significant effect on the purchase of Harum Shoots Tea products at Sena Mart Stores in Lumajang. 2) price has a significant effect on the purchase of Harum Pucuk Tea products at the Sena Mart Shop in Lumajang. 3) Promotion has a significant effect on the purchase of Harum Pucuk Tea products at the Sena Mart Shop in Lumajang.

Keywords: Product Quality, Price, and Promotion