

Lailiyah . 2016. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk, Cuaca, dan Tempat Terhadap Keputusan pembelian Teh siap minum dalam kemasan merek Teh Pucuk pada Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Sumenep. Skripsi, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Wiraraja Sumenep. Pembimbing: (I) . Ec. H. Bambang Hermanto, MM., MH (II) Nurdody Zakki,SE.,M.SM

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor promosi, harga, kualitas produk, dan tempat terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Pucuk. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai populasi sebanyak 734 orang mahasiswa. Sedangkan Sampel yang di ambil pada penelitian ini sebanyak 90 orang Mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program studi manajemen (pagi) Tahun Akademik 2012-2013, metode yang digunakan adalah purposif sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS 23. Konsumen sebelum membeli produk Teh Pucuk terlebih dahulu akan melakukan beberapa alternatif apakah produk tersebut sudah memenuhi yang diinginkan atau tidak, apabila produk tersebut sudah di anggap cocok maka selanjutnya konsumen teh akan membeli produk tersebut. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk dengan nilai sebesar 2,944. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk dengan nilai sebesar 7,776. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap Teh Pucuk dengan nilai sebesar 3,120. Variabel tempat tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Pucuk dengan nilai sebesar 1,712 .

Kata Kunci : Pengaruh Faktor Promosi, Harga, Kualitas Produk, Tempat, Dan Keputusan Pembelian.