

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian produk teh botol sosro yang belum optimal hal ini dibuktikan oleh rendahnya kualitas produk dari teh botol sosro, harga yang ditawarkan belum bisa bersaing, dan iklan yang kurang menarik konsumen untuk membeli. Tujuan pada penelitian ini antara lain (1) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian padaproduk teh botol sosro (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk teh botol sosro (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian pada produk teh botol sosro. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *Google Form*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dari berbagai jurusan di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penelitian ini terdapat 47 indikator, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah 100 sampel. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. PT Sinar Sosro dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, atau potensi penjualan dari target penjualan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk teh botol sosro.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

The background of this research is the purchase decision for the Sosro Botol tea product which is not optimal, this is evidenced by the low quality of the Sosro Botol product, the price offered is not competitive, and advertisements that are less attractive to consumers to buy. The objectives of this study include (1) To test the effect of product quality on purchasing decisions on Sosro Botol tea products

(2) To determine and analyze the effect of price perceptions on purchasing decisions on Sosro Botol tea products (3) To determine and analyze the effect of advertising on purchasing decisions on sosro bottled tea products.. The method of collecting data in this study is by distributing questionnaires online through the Google Form. The population in this study were students from various departments at Mercu Buana University, Jakarta. In this study there were 47 indicators, so the required sample size was 100 samples. The data analysis method used is Partial Least Square. This study proves that 1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, 2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions, 3) Advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product quality, Price, Advertising, and Purchase Decision

