

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH PUCUK HARUM DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Kinasih Amrih Rahayu

Nim : 212016260

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH PUCUK HARUM DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Kinasih Amrih Rahayu

Nim : 212016260

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kinasih Amrih Rahayu

NIM :212016260

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEH
PUCUK HARUM DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PALEMBANG

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata I baik Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 2020



Kinasih Amrih Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul: Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Kepuasan
Konsumen Teh Pucuk Harum Di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Nama : Kinasih Amrih Rahayu
NIM : 212016260
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada September, 2020

Pembimbing 1



Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

Pembimbing 2




Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN: 0217108803

Mengetahui,
Dekan

d.b Ketua Program Studi Manajemen




Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN : 0229057501

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Motto:

“Jadikanlah Sabar dan Sholat sebagai Penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (Q.S Al-baqarah ayat 153) dan Jangan Lupa untuk Berdoa karena doa adalah kekuatan segala-galanya”.

(Kinasih Amrih Rahayu)

Ku Persembahkan Kepada:

- Ayah dan Ibu Tercinta
- Adikku Tersayang
- Nenek Tersayang
- Pembimbingku
- Seseorang yang akan mendampingiku
kelak
- Teman-teman Seperjuangan
- Almamater

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang” tepat pada waktunya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tuaku Ayah Fadolly dan Ibu Supriyatin yang telah berjasa dalam membesarkan, mendidik, mendoakan, dan memberikan motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Maftuhah Nurrahmi, Hj.,S.E.,M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M yang telah membimbing, memberi pengarahan, motivasi serta telah mengeluarkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi ini. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, diantaranya:

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli, S.E.,M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang serta Bapak dan Ibu Dosen serta staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani.,S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi dan Bapak Mister Candra.S.pd.,M.Si selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Drs.H Rosyadi.,M.M selaku pembimbing akademik.
5. Terima Kasih kepada mahasiswa dari seluruh fakultas di lingkungan UMP yang terpilih dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
6. Saudara Kandungku Tersayang (Kania Rifiyanti, Kirana Tri Wardani dan Rizal Nur Ramadhan)
7. Sahabat seperjuanganku (Ervan Nedi, Noviani, Nurhayati, Ika Nurhidayah, Viya Yana Ramadhanty) Teman-teman KKN, dan teman-teman FE Universitas Muhammadiyah Palembang, serta almamaterku .

Semoga Allah SWT membalas jasa serta budi baik yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Aamiin. Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Palembang, Agustus 2020
Penulis

Kinasih Amrih Rahayu

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN DEPAN COVER | |
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| HALAMAN PRAKATA | v |
| HALAMAN DAFTAR ISI | vii |
| HALAMAN DAFTAR TABEL | ix |
| HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN | x |
| ABSTRAK..... | xi |
| ABSTRACT | xii |
| BAB I. PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II. KAJIAN PUSTAKA | |
| A. Landasan Teori | |
| 1. Kepuasan Konsumen..... | 7 |
| 2. Kualitas Produk..... | 10 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Citra merek..... | 12 |
| 4. Harga..... | 13 |
| B. Penelitian Sebelumnya..... | 15 |
| C. Kerangka pemikiran..... | 19 |
| D. Hipotesis..... | 19 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | |
| A. Jenis Penelitian..... | 20 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 21 |
| C. Operasionalisasi Variabel..... | 22 |
| D. Populasi dan Sampel..... | 23 |
| E. Data yang Diperlukan..... | 25 |
| F. Teknik Pengumpulan Data..... | 26 |
| G. Analisis Data dan Teknik analisis..... | 27 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| A. Hasil Penelitian..... | 35 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 58 |
| BAB V. PENUTUP | |
| A. Simpulan..... | 63 |
| B. Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 64 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| I.1 Top Brand Kemasan Teh Siap Minum | 4 |
| I.2 Tabel Prariset | 5 |
| III.1 Operasionalisasi Variabel..... | 22 |
| III.2 Populasi | 23 |
| III.3 Kerangka Sampel | 25 |
| IV.1 Uji Validitas | 43 |
| IV.2 Uji Reabilitas | 44 |
| IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin | 45 |
| IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan uang saku | 45 |
| IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan mengkonsumsi teh..... | 46 |
| IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan kepuasan konsumen..... | 47 |
| IV.7 Karakteristik Responden Berdasarkan kualitas produk..... | 48 |
| IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Citra Merek..... | 50 |
| IV.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Harga..... | 51 |
| IV.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 53 |
| IV.11 Hasil Uji F..... | 55 |
| IV.12 Hasil Uji t..... | 55 |
| IV.13 Hasil Analisis Koefisien Dertiminasi | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

Lampiran 2: Kuesioner

Lampiran 3: Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5: Tabulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 6: Hasil Regresi Perhitungan SPSS

Lampiran 8: Tabel F

Lampiran 9: Tabel t

Lampiran 10: Kartu Aktivitas Bimbingan Penulisan Skripsi

Lampiran 11: Surat Selesai Riset

Lampiran 12: Sertifikat TOEFL

Lampiran 13: Sertifikat AIK

Lampiran 14: Surat Keterangan Lunas BPP

Lampiran 15: Biodata Penulis

Lampiran 16: Plagiarism Checker

Lampiran 17: Jurnal

ABSTRAK

Kinasih Amrih Rahayu/212016260/2020 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Harga terhadap kepuasan konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Citra Merek dan Harga terhadap Kepuasan konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang. Variabel yang digunakan adalah kualitas produk, Citra Merek dan Harga. Sampel dalam penelitian ini adalah 110 Responden, dengan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling*. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan menggunakan metode kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda yang didapat $Y = 3,236 + 0,44X_1 + 0,155X_2 + 0,199X_3$ Secara simultan (uji F) ada Pengaruh dan tidak berpengaruh signifikan kualitas produk, citra merek dan harga terhadap Kepuasan Konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang secara parsial (uji t) ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek harga dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Kinasih Amrih Rahayu / 212016260/2020 *The Influence of Product Quality, Brand Image and Price on Customer Satisfaction of Teh Pucuk Harum at Universitas Muhammadiyah Palembang.*

*The formulation of the problem in this study was whether or not there was an influence of product quality, brand image and price on customer satisfaction of Teh Pucuk Harum at Universitas Muhammadiyah Palembang. This study was associative research, namely to determine the influence of product quality, brand image and price on consumer satisfaction of Teh Pucuk Harum at Universitas Muhammadiyah Palembang. The variables used were product quality, brand image and price. The sample in this study was 110 respondents, with purposive sampling technique as a sample. The data used in this study was primary data, using the questionnaire method. The analysis technique used was Multiple Linear Regression Analysis obtained $Y = 3.236 + 0.44X1 + 0.155X2 + 0.199X3$ Simultaneously (*F test*) showed that there was an influence but did not give significant influence on product quality, brand image and price on the consumer satisfaction of Teh Pucuk Harum in Universitas Muhammadiyah Palembang, partially (*t test*) gave a significant influence on customer satisfaction.*

Keywords: Product Quality, Price Brand Image and Customer Satisfaction.

PENGESAHAN

NO.307/Abstract/LB/UMP/VI/20 20

Telah di Koreksi oleh

Lembaga Bahasa

Universitas Muhammadiyah Palembang



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Salah satu kajian menarik dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dari berbagai faktor tersebut, para ahli kemudian mengambil fokus pada pertanyaan tentang bagaimana pada akhirnya konsumen mengambil keputusan untuk membeli atau tidak membeli setelah memperoleh beragam sumber informasi dan melakukan evaluasi terhadapnya. (Kotler dan Armstrong, 2014:27).

Pada dasarnya semakin banyak produk yang dijual dipasar, maka sekalian banyak pula pilihan konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan dipasar. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat

konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Menurut Fandy Tjiptono dan Anasta Diana(2019:123) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang di presentasikan dan ekspetensinya. Dengan demikian, apakah seorang konsumen puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk dengan dibandingkan ekspetensi konsumen yang bersangkutan dan apakah konsumen menginterpretasikan adanya deviasi diantara kinerja dan ekspetasi tersebut.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2012:283) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta artibut lainnya.Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk merupakan peluang yang ditawarkan oleh penjual dan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.Oleh karena itu, perusahaan berusaha fokus pada kualitas produk yang dimiliki dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

Menurut Fandy Tjiptono (2015:49) citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Citra merek juga diartikan pengamatan dan kepercayaan yang digengam konsumen, seperti yang dicerminkan asoisasi atau diingat konsumen.

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam Danang Sunyato

(2019:131) mengemukakan harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam satu mata uang atau alat tukat terhadap suatu produk tertentu. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga merupakan unsure bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

Terjadinya persaingan yang sangat membuat perusahaan perlu memataui lingkungannya yang terus merubah secara terus menerus dan menyesuaikan strategi pemasarannya untuk menjawab Tantangan dan peluang-peluang baru. Perkembangan lingkungan dapat menyebabkan perubahan pada kebutuhan dan keinginan seseorang. Demikian juga dengan berkembangnya minuman kemasan merek “Teh Pucuk Harum” merupakan minuman teh dalam kemasan botol yang beredar saat ini seperti minuman kemasan Teh Mirai ocha, Teh Sosro, Fruit Tea, Freas Tea dll.

Teh pucuk harum adalah sebuah minuman kemasan merek “Teh Pucuk Harum” diproduksi oleh PT Mayora atau PT Mayora Group adalah salah satu kelompok bisnis produk konsumen di Indonesia yang didirikan pada tanggal 17 februari 1977. Perusahaan tercatat di bursa efek Jakarta sejak tanggal 04 juli 1990. Semenjak perusahaan go public PT Mayora

banyak melakukan langkah strategis salah satunya semenjak sahamnya dimiliki oleh PT. Unita Branindo. Langkah-langkah strategis yang dilakukan perusahaan ini berdampak pada peningkatan kualitas produk, market share, dan penerapan dengan kualitas, model, karakteristik tambahan.

Tabel I.1
Top Brand Teh Kemasan Siap Minum

| BRAND | TBI | |
|-----------------|-------|-----|
| Teh Pucuk Harum | 34.7% | Top |
| Teh Botol Sosro | 17.5% | Top |
| Teh Gelas | 13.0% | Top |
| Freastea | 10.4% | |
| Mountea | 5.0% | |

Sumber: top brand 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pada Teh Pucuk berada dalam urutan teratas indeks tahun 2020 dengan presentase 34.7% disusul dengan merek lainnya. Dalam hal ini Teh Pucuk Harum mendapat kepercayaan dalam benak konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Munculnya berbagai pesaing melawan berbagai pesaing baru ataupun pesaing lama yang dapat mengancam pangsa pasar produknya yaitu Teh Pucuk Harum.

Tabel II.2
Pendapat Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang
Terhadap Minuman Kemasan Teh Pucuk Harum

| No | Indikator | Setuju | Tidak setuju |
|----|---|--------|--------------|
| 1 | Rasa dari Teh Pucuk Harum manis pas dilidah | 11 | 19 |
| 2 | Rasa tehnya yang berkualitas ada dipucuk | 12 | 18 |
| 3 | Teh pucuk harum sangat menyegarkan | 22 | 8 |
| 4 | Teh Pucuk Harum merek terkenal | 30 | 0 |
| 5 | Teh pucuk harum tidak mudah basi | 20 | 10 |
| 6 | Harganya sangat terjangkau | 19 | 11 |
| 7 | Kemasannya mudah dikenal | 14 | 16 |

Sumber:wawancara

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan:

Rasa dari teh pucuk harum manis pas dilidah yang tidak setuju 19 (63,3%), rasa tehnya yang berkualitas ada dipucuk yang tidak setuju 18 (60%), teh

pucuk harum sangat menyegarkan yang setuju 22 (73,3%), teh pucuk harum merek terkenal yang setuju 30 (100%), teh pucuk harum tidak mudah basi yang setuju 20 (66,7%), harganya sangat terjangkau yang setuju 19 (63,3%), kemasannya mudah dikenal yang setuju 16 (53,3%)

Berdasarkan tabel diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Teh Pucuk Harum di Universitas Muhammadiyah Palembang.**

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, Adakah pengaruh kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap kepuasan konsumen teh pucuk harum di Universitas Muhammadiyah Palembang?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap kepuasan konsumen teh pucuk harum di Universitas Muhammadiyah Palembang.

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliaha, khususnya dalam kosentrasi pemasaran.

2. Manfaat bagi almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topic yang relatif sama.

Daftar Pustaka

- Anik Lestari Adjarwati dan Eka Chusniartiningsih. *Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan The pucuk Harum*. Vol. 5 No 2. 2018:189-202.
- Dayang Sunyanto(2019). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.
- Ema Nurzinul dan Busthoumi Muslih (2018). *Pengaruh Iklan Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada teh pucuk harum*. Vol No. 1 ISSN:2599-0748.
- Fandy Tjiptono dan Anasta Diana (2019). Kepuasan Pelanggan. Edisi I Yogyakarta : penerbit Andi.
- Iqbal Hasan. (2012) pokok-pokok materi statistik2. Edisi 12. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kotler dan Amstrong (2015). Brand Management & strategy. Yogyakarta:Andy.
- Ratna Dwijayanti, Mochammad Zalauddin Zuhri(2017). *Analisis Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman The Pucuk Harum pada konsumen De nata foodcourt*. Vol 12 No. 1.
- Putu Satya Wijaya, Gusti Ayu Ketut Gintara (2018). *Analisis elemen brand equity pada produk minuman teh dalam kemasan dikota Denpasar*. Vol 7, No. 3 ISSN: 2302-8912.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan Siregar (2013). Metode Penelitian Edisi Pertama. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Fandy Tjiptono (2015). Brand Management & strategy, Yogyakarta : Andy.
- Yulasmu (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum dalam Kemasan*. Vol 22 No. 1 ISSN:1412-5