

## **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Teh Botol Sosro**

**BUDI SANTOSO**

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202631@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen pada konsumen Teh Botol Sosro di Semarang. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yang dibagikan kepada 4 mini market disemarang yaitu : Indomartpoint Pemuda, Indomartpoint Pandanaran, Indomartpoint Gajahmada, Indomartpoint Setiabudi dengan jumlah sampel 200 konsumen Teh Botol Sosro. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling, dengan salah satu metodenya adalah purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen Teh Botol Sosro. Sedangkan variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen Teh Botol Sosro.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, promosi, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

## **The Influence of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decision and Customer Satisfaction of Teh Botol Sosro**

**BUDI SANTOSO**

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202631@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to analyze the variables of product quality, price and promotion on purchasing decision and customer satisfaction of Teh Botol Sosro in Semarang. The technique of data collection of this research using questionnaires that are distributed to 4 Mini market in Semarang such as Indomartpoint pemuda, Indomartpoint pandanaran, Indomartpoint gajahmada, Indomartpoint setiabudi. In obtaining the data, the researcher using purposive sampling by 200 respondents of Teh Botol Sosro Consumers. Then, the collected data were analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM). The result shows that price and promotion give positive influence on purchasing decision and customer satisfaction. However, product quality variables does not influence on purchasing decision and customer satisfaction of Teh Botol Sosro.

Keyword : product quality, price, promotion, purchasing decision and customer satisfaction