

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Poci Krisna di Kecamatan Sumbergempol” yang ditulis oleh Nurmaya Ika Salsabila, NIM. 12405193308, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Suminto, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha minuman khususnya di Kecamatan Sumbergempol. Jenis usaha yang banyak tersebar adalah usaha kemitraan/waralaba/*franchise*. Kemudahan bermitra membuat banyak orang berminat yang tergabung dalam kemitraan sejenis ini. Saat ini salah satu usaha *franchise* yang banyak diminati adalah *franchise* minuman Teh Poci. Usaha Teh Poci yang banyak ditemui di wilayah ini adalah Teh Poci Krisna. Namun, selain bersaing dengan usaha minuman teh merek lain, Teh Poci Krisna juga bersaing dengan sesama *franchisee* Teh Poci untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian 2) menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian 3) menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian 4) menganalisis pengaruh cuaca terhadap keputusan pembelian 5) menganalisis pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan cuaca terhadap keputusan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif karena peneliti ingin mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen minuman Teh Poci Krisna di Kecamatan Sumbergempol. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* karena setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dan peneliti memiliki beberapa pertimbangan terhadap sampel yang dipilih. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasinya tidak diketahui. Dari hasil perhitungan didapatkan sebanyak 96 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 3) Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) Variabel cuaca berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) Variabel harga, citra merek, kualitas produk, dan cuaca secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Cuaca, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Price, Brand Image, Product Quality, and Weather on Purchasing Decisions of Tea Poci Krisna Beverages in Sumbergempol District" written by Nurmaya Ika Salsabila, NIM. 12405193308, Department of Sharia Business Management, Adviser Suminto, M.Pd.I.

This research is motivated by the increasingly tight competition in the beverage business, especially in Sumbergempol District. The type of business that is widely spread is a partnership/franchise business. The ease of partnering makes many people interested in joining this kind of partnership. Currently, one of the most popular franchise businesses is the Teh Poci franchise. The teapot business that can be found in this area is the Krisna teapot. However, apart from competing with other tea beverage brands, Teh Poci Krisna also competes with other Teh Poci franchisees to get as many consumers as possible.

This study aims to: 1) examine the effect of price on purchasing decisions 2) examine the effect of brand image on purchasing decisions 3) examine the effect of product quality on purchasing decisions 4) examine the effect of weather on purchasing decisions 5) examine the effect of price, brand image, product quality, and the weather on purchasing decisions.

The method used in this study is to use a type of quantitative approach with this type of associative research because researchers want to know the relationship between two or more variables. The population in this study were all consumers of the Tea Pot Krisna drink in Sumbergempol District. The technique used in sampling is nonprobability sampling with purposive sampling technique because each member of the population does not have the same opportunity to be sampled and the researcher has several considerations for the selected sample. The number of samples is calculated using the Lemeshow formula because the total population is unknown. From the calculation results obtained as many as 96 respondents

The results of this study indicate that 1) The price variable has a significant effect on purchasing decisions. 2) Brand image variable has no significant effect on purchasing decisions. 3) Variable product quality has a significant effect on purchasing decisions. 4) Weather variables has a significant effect on purchasing decisions. 5) Price, brand image, product quality, and weather variables simultaneously affect purchasing decisions.

Keywords: Price, Brand Image, Product Quality, Weather, Purchase Decision.