

ABSTRAKSI

Pada tahun-tahun terakhir, persaingan antara produsen teh siap minum dalam kemasan di Indonesia semakin marak. Para produsen teh siap minum dalam kemasan di Indonesia berkompetisi untuk menciptakan produk teh siap minum dalam kemasan yang berkualitas dan digemari masyarakat. Teh Botol Sosro, sebagai *market leader* teh siap minum dalam kemasan di Indonesia mengalami penurunan pangsa pasar akibat datangnya pesaing yang tak kalah hebat yaitu Teh Kotak. Teh Botol Sosro telah melakukan tindakan agar konsumen tetap melakukan keputusan pembelian terhadap teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek Teh Botol Sosro. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 80 mahasiswa, metode yang digunakan adalah non probability sampling, yaitu *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap Teh Botol Sosro. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel cuaca berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi, hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, harga, promosi, cuaca, dan keputusan pembelian