

ABSTRAK

BAYU SETIAWAN, 22111013

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES TEH SOLO DI KOTA SURABAYA.**

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2026

**Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan
Pembelian**

Penelitian ini membahas pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Es Teh Solo di Kota Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Es Teh Solo di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden, menggunakan rumus lemeshow dengan bantuan *software* SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Es Teh Solo di Kota Surabaya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh keterjangkauan harga, kualitas produk yang konsisten, serta promosi yang menarik dan efektif. Oleh karena itu, Es Teh Solo di Kota Surabaya perlu mempertahankan strategi penetapan harga yang kompetitif, meningkatkan kualitas produk secara berkelanjutan, serta mengoptimalkan kegiatan promosi agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri minuman.