

ABSTRAK

Produk minuman teh telah mengalami kemajuan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan Teh Pucuk Harum menjadi salah satu pilihan utama dalam kategori produk minuman teh yang sangat diminati di Indonesia. Namun, meskipun Teh Pucuk Harum tetap berada di posisi teratas dalam peringkat penjualan, indeks penjualannya menunjukkan penurunan selama tiga tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *SPSS V 26*. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada produk Teh Pucuk Harum.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Tea beverage products have experienced significant progres in recent years, with Teh Pucuk Harum being one of the main choices in the tea beverage product category which is very popular in Indonesia. However, even though Teh Pucuk Harum remains at the top of the sales rankings, its sales index shows a decline over the past three years. This study aims to determine the effect of price, product quality, location and promotion on consumer satisfaction with Teh Pucuk Harum products. This research is a type of quantitative research. The sampling technique used a non-probability sampling method or technique with accidental sampling technique, and the number of samples used was 97 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of SPSS V 26. Based on this research, it shows that price, product quality, service quality, location and promotion have a positive and significant effect on consumer satisfaction with Teh Pucuh Harum products.

Keywords: *Price, Product Quality, Service Quality, Location, Promotion, Consumer Satisfaction*