

ABSTRACT

Indonesian people recognize and utilize various of plants as an natural medicine and remedies from health disease for several centuries ago. The natural medical remedies recipes was used and consumed by centuries as medical remedies and treatment in case that the oriental Indonesian natural remedies full of benefits and usage. The study aims to analyze the effect of The product quality, prices, promotions, and services as costumer decision to bought Syafi Life Wedhang Uwuh product especially at Province of East Java with the 67 samples of customer respondent. Using accidental sampling method, the Researcher using qestionnaire as method to gathering data and afterward analyze using double linear regrention examination and signitification examinaton with SPSS Software ver. 24. The analysis result using t examination concluded that the variable of product quality, prices, promotions, and services partially and signitifically affected to customer decision at purchasing UMKM Syafi Life Product. In case, that being more better to improve and keep the quality of product to increase the customer favor at purpose to keeping consument trust.

Keyword : Product Quality, Price, Promotion, Service, Purchase Decision

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia mengenal dan memanfaatkan tanaman berkhasiat sebagai salah satu upaya dalam penanggulangan masalah kesehatan yang dihadapinya. Sudah sejak zaman dahulu ramuan dan tanaman telah digunakan secara turun - menurun untuk pengobatan dan dirasakan khasiatnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian Teh Rempah Syafi Life di wilayah Jawa. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 67 responden. Dengan menggunakan teknik accidental sampling karna pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Kemudian dianalisis menggunakan uji regrensi linier berganda dan uji signifikan dengan bantuan program SPSS Version 24. Hasil analisis yang dilakukan menggunakan uji t disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi dan pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. UMKM Syafi Life sebaiknya meningkatkan dan memperhatikan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan bertujuan untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, Keputusan Pembelian