

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KEDAI KOPI DEKAKIANG

Oleh

Abu Rizal Bakri, NIM 2017041133

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembeli di kedai kopi Dekakiang, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling, sebuah metode sampling non-probabilitas, yang melibatkan 130 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian; (2) harga berdampak signifikan pada keputusan pembelian; dan (3) kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Hal tersebut dapat dibuktikan dari berbagai studi yang menunjukkan bahwa kemampuan bisnis untuk mempengaruhi tingkat keputusan pembelian produk meningkat seiring dengan kualitas dan harga produk.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga, Keputusan pembelian

UNDIKSHA

***INFLUENCE PRODUCT QUALITY AND PRICE PURCHASE
DECISIONS AT DEKAKIANG COFFEE SHOPS***

By

Abu Rizal Bakri, NIM 2017041133

Management major

ABSTRACT

This research aims to find out how product quality and price influence buyers' decisions at Dekakiang coffee shops, both partially and simultaneously. The method used was quantitative research with purposive sampling technique, a non-probability sampling method, involving 130 respondents. Data was collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis. The research results show that (1) product quality has a significant and positive influence on purchasing decisions; (2) price has a significant impact on purchasing decisions; and (3) product quality and price together have a significant influence on purchasing decisions. Thus, purchasing decisions are greatly influenced by price and product quality. This can be proven from various studies which show that the ability of a business to influence the level of product purchasing decisions increases along with the quality and price of the product.

Keywords: Product quality, price, purchasing decisions

