

ABSTRAK

Peningkatan kualitas produk dan harga yang sesuai pada dasarnya bertujuan untuk kepentingan perusahaan, konsumen. Sedangkan tujuan meningkatkan kualitas produk dilakukan perusahaan agar konsumen puas, sehingga meningkatkan penjualan. Untuk konsumen peningkatan kualitas produk yaitu agar konsumen bisa merasakan kualitas yang baik sehingga konsumen terpenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dan tujuan penetapan harga yang sesuai yaitu agar perusahaan mendapatkan laba yang sesuai dengan apa yang diberikan, harga bertujuan agar konsumen bisa mendapatkan kebutuhannya dengan harga yang sesuai dengan apa yang di inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Analisis ini menggunakan variable independen, yaitu kualitas produk dan harga, dan variable dependen yaitu proses keputusan pembelian. Sampel yang dilakukan dengan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner disebarakan kepada para konsumen sebanyak 88 orang. Metode statistic menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial atau uji t dan simultan atau uji F. berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa secara parsial, hasil penelitian menunjukan variable kulaitias produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu, $8,351 > 1,662$. Dan hasil penelitian variable harga berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu, $3,785 > 1,662$. Secara simultan, terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) dari kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian adalah sebesar 70,38%. Maka saran bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sehingga perusahaan harus bisa memerhatikan kedua variable itu.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, dan proses keputusan pembelian

ABSTRACT

Improved product quality and prices are basically aimed at the interests of companies, consumers. While the purpose of improving product quality is done by the company so that consumers are satisfied, thus increasing sales. For consumers, improving product quality is so that consumers can feel good quality so that consumers meet their needs and desires. And the purpose of the appropriate pricing is so that the company gets a profit that is in accordance with what is given, the price aims so that consumers can get their needs at prices that match what they want. This study aims to determine and analyze the effect of product quality and price on the purchasing decision process. This analysis uses independent variables, namely product quality and price, and the dependent variable is the purchasing decision process. Samples are carried out using the Slovin formula. Data collection was conducted with questionnaires distributed to consumers as many as 88 people. The statistical method uses multiple linear regression analysis with hypothesis testing partially or t test and simultaneous or F test. Based on the results of the study it can be concluded that partially, the results of the study show that the product variables have a significant effect on purchasing decisions because the t_{table} is greater than t_{table} , $8,351 > 1,662$. And the results of variable price research have a significant effect on the purchasing decision process because $t_{table} > t_{table}$ is, $3,785 > 1,662$. Simultaneously, there is a significant effect simultaneously (simultaneous) of product quality and price on the purchasing decision process. The magnitude of the influence of product quality and price on the purchasing decision process is 70.38%. So the suggestion that product quality and price have a significant effect on the purchasing decision process so that the company must be able to pay attention to the two variables.

Keywords: product quality, price, and purchasing decision process.