

ABSTRAK

Suatu perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan- kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada *customer*. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian Green Cake & Coffee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data melalui uji regresi linear, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil perhitungan Secara parsial, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian Green Cake & Coffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penetapan harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian pada Green Cake & Coffee. Secara simultan, diperoleh persamaan regresi $Y = 1,201 + 0,391X_1 + 0,309X_2$. Besarnya koefisien korelasi Kualitas produk (X_1), dan Penetapan harga (X_2), sebesar 0,703. artinya memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan Keputusan pembelian (Variabel Y). Koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,494 atau 49,4%, artinya variabel Kualitas produk (X_1), dan Penetapan harga (X_2), mempunyai pengaruh terhadap Keputusan pembelian (Variabel Y) sebesar 49,4% dan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan uji hipotesis (Uji F) bahwa Kualitas produk dan Penetapan harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada Green Cake & Coffee.

Kata Kunci: Kualitas produk, Penetapan harga, Keputusan Pembelian