

ABSTRAK

Pada akhir tahun 2019, dunia dikabarkan dengan maraknya wabah pandemi covid-19. Pada masa ini, Presiden Indonesia Joko Widodo menghimbau kepada seluruh rakyat yang berada di Indonesia untuk melakukan WFH dan PJJ, guna menghindari penularan wabah covid-19. Perusahaan yang bergerak pada bidang elektronik, khususnya Computer mengalami peningkatan penjualan yang pesat. PC Dell merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi dan memasarkan perangkat keras computer. Keputusan pembelian produk PC Dell akan meningkat dengan memiliki harga dan kualitas produk yang baik. Keputusan pembelian produk PC Dell dilihat dari hasil penjualan di Indonesia mengalami penurunan sejak memasuki kuartal 2 pada tahun 2020. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian PC Dell di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen PC Dell di Indonesia sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menggunakan metode kuantitatif menunjukkan nilai koefisien sebesar 59,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian PC Dell sebesar 59,6% sedangkan sisanya sebesar 41.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

At the end of 2019, the world was reported with the outbreak of the Covid-19 pandemic. At this time, The President of Indonesia, Joko Widodo, appealed to all people in Indonesia to carry out Work from Home (WFH) and Distance Learning (PJJ), in order to avoid the transmission of the covid-19 outbreak. Companies engaged in electronics, especially computers, increase in sales rapidly. Dell PC as one of the companies that manufactures and markets computer hardware firstly increased in sales due to competitive price and product quality, however, since entering the second quarter of 2020, The sales of Dell PC products had decreased significantly. This research aims at determining the influence of price and product quality on purchasing decisions for Dell PCs in Indonesia. The research method used is a quantitative method with descriptive and verification approaches. Data collection was obtained from questionnaires distributed to 100 respondents of Dell PC consumers in Indonesia. The results of the research using quantitative methods showed a coefficient value of 59.6% meaning that the influence of price and product quality on Dell PC purchase decisions was 59.6%, while the remaining 41.4% was influenced by other unexamined variables.

Keywords: price, product quality, purchase decision.