

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (survei pada konsumen Sampono *Perfumery*) baik secara simultan maupun parsial. Serta untuk menjawab rumusan masalah mengenai kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi dan menggunakan alat bantu SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 54,76% dan sisanya 45,24% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 43% dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 11%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to find out the effect of product quality and price on purchasing decision, survey on to answer the problem formulation regarding of product quality, price and purchasing decision. The research method used is descriptive and verification methods with a total sample of 90 people. Testing of research instruments using the validity and reliability test. Data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination and using SPSS 22 tools.

The results showed that there was a positive and significant influence between product quality and price on purchasing decision. The magnitude of the effect of product quality and price on purchasing decision amounted to 54,76% and the remaining 45,24% was influenced by other variables not examined. Partially the magnitude of the effect of quality product on purchase decision by 43% and the effect of price on purchasing decision by 11%, so it can be concluded that prices provides the greatest influence on purchasing decision.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision