

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi saat ini berkembang begitu pesat sehingga mengarah terhadap persaingan bisnis yang semakin ketat. Melihat kondisi perkembangan dan persaingan bisnis seperti ini membuat konsumen lebih selektif dalam menentukan keputusan pembelian terhadap produk yang akan dipilihnya. Setelah peneliti melakukan penelitian pada KFC Cabang Pajajaran Kota Bandung, terdapat masalah yang dialami perusahaan yaitu pada penurunan penjualan per tahunnya yang berakibat terhadap penurunan pendapatan yang cukup signifikan yang dapat dilihat pada tahun 2021 memperoleh pendapatan penjualan sebesar Rp. 6.999.945.212 sedangkan pada tahun 2022 mengalami penurunan pendapatan penjualan sebesar Rp. 6.774.228.534 dengan selisih sebesar Rp. -225.716.678. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan keputusan pembelian konsumen pada KFC Cabang Pajajaran Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling *insidental* dengan jumlah populasi 26.887 konsumen dan sampel yang diambil yaitu 100 responden. Teknik yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Berdasarkan dari hasil analisis deskriptif variabel harga memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,36 dengan kategori kurang baik, variabel kualitas produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,34 dengan kategori kurang baik dan variabel keputusan pembelian memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,32 dengan kategori kurang baik. Berdasarkan dari hasil analisis verifikatif yaitu koefisien determinasi secara simultan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu sebesar 79,9 %. Sedangkan dilihat dari koefisien determinasi secara parsial, variabel harga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 30,5%, dan variabel kualitas produk memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 49,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk KFC Cabang Pajajaran Kota Bandung.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Economic development is currently growing so rapidly that it is leading to increasingly tight business competition. Seeing conditions of business development and competition like this makes consumers more selective in determining purchasing decisions regarding the products they choose. After researchers conducted research at KFC Pajajaran Branch, Bandung City, there was a problem experienced by the company, namely the decline in sales per year which resulted in a significant decline in revenue which can be seen in 2021, achieving sales revenue of Rp. 6,999,945,212, while in 2022 there will be a decrease in sales revenue of Rp. 6,774,228,534 with a difference of Rp. - 225,716,678. This research aims to find out how much influence price, product quality and consumer purchasing decisions have on KFC Pajajaran Branch, Bandung City. This research uses descriptive and verification methods. The data analysis methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination. The sampling technique used was incidental sampling with a population of 26,887 consumers and the sample taken was 100 respondents. The techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. Based on the results of the descriptive analysis, the price variable obtained an average value of 3.36 in the unfavorable category, the product quality variable obtained an average value of 3.34 in the unfavorable category and the purchasing decision variable obtained an average value of 3.32. in the poor category. Based on the results of the verification analysis, the coefficient of simultaneous determination of the influence of price and product quality on consumer purchasing decisions is 79.9%. Meanwhile, looking at the partial coefficient of determination, the price variable has an influence on consumer purchasing decisions by 30.5%, and the product quality variable has an influence on consumer purchasing decisions by 49.4%. So it can be concluded that product quality has a greater influence on consumer purchasing decisions for KFC products, Pajajaran Branch, Bandung City.

Keywords : Price, Product Quality, Purchase Decision Consumer