

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2022, yang mana menurut PDRB Kota Bandung pada tahun tersebut menunjukkan bahwa industri fashion merupakan industri dengan pendapatan terbesar kedua setelah industri kuliner, namun persentase kenaikan usaha pada bidang ini mengalami kenaikan yang sangat kecil, bahkan khususnya pada bidang usaha clothing mengalami persentase yang menurun dari tahun ke tahun. Dalam hal ini distro dengan transaksi terendah pada kawasan Bandung tengah adalah clothing James Boogie. Berdasarkan hasil pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti, rendahnya jumlah transaksi pada clothing James Boogie disebabkan karena adanya pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian baik secara simultan, maupun parsial. Untuk meneliti hubungan antar variabel yang akan diteliti, peneliti menggunakan applied theory dari para ahli dengan tahun terbaru, yaitu harga menurut Tjiptono (2019), kualitas produk menurut Kotler et al (2022), dan proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2018). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 71 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji hipotesis parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian secara simultan adalah 69,1% dan sisanya 31% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh harga kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 11,6% dan pengaruh kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 57,6%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk dan Proses Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research was conducted based on phenomena that occurred from 2020 to 2022, which according to the PDRB of Bandung City in that year showed that the fashion industry was the industry with the second largest income after the culinary industry, but the percentage increase in business in this sector experienced a very small increase. , especially in the clothing business sector, the percentage is decreasing from year to year. In this case, the distro with the lowest transactions in the Central Bandung area is James Boogie clothing. Based on the results of a pre-survey conducted by researchers, the low number of transactions for James Boogie clothing is due to the influence of price and product quality on the purchasing decision process, either simultaneously or partially. To examine the relationship between the variables to be studied, researchers used applied theory from experts with updated years, namely price according to Tjiptono (2019), product quality according to Kotler et al (2022), and the purchasing decision process according to Kotler and Armstrong (2018). The research method used was descriptive and verification methods with a sample size of 71 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination. The hypothesis tests used are partial and simultaneous hypothesis tests.

The research results show that there is a positive and significant influence between price and product quality on the purchasing decision process. The magnitude of the influence of price and product quality on the simultaneous purchasing decision process is 69,1% and the remaining 31% is influenced by other variables not studied. Partially, the influence of product quality price on the purchasing decision process is 11.6% and the influence of product quality on the purchasing decision process is 57.6%, so it can be concluded that product quality has the greatest influence on the purchasing decision process.