

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAIAN BEKAS (*SECOND BRANDED*) PADA TOKO HENDRA STORE GEDEBAGE, BANDUNG

Ranses Saputra Ginting Manik

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas (second branded) pada toko Hendra Store Gedebage Bandung. Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, metode penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan toko Hendra store Gedebage Bandung pada periode tahun 2020 sampai dengan tahun 2022 yaitu sebanyak 1.097 orang pelanggan, sedangkan jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus slovin dengan tehnik simple random sampling. Berdasarkan perhitungan sampel yang sudah dilakukan dari 1.097 orang pelanggan dengan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10%, maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 92 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung $4,049 > F$ table 2,36 dan nilai signifikansi $0,021 < 0,10$. Secara parsial kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung $-2,842 > T$ tabel 1,662 dan nilai signifikansi $0,006 < 0,10$, sedangkan harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai T hitung $0,145 < T$ tabel 1,662 dan nilai signifikansi $0,885 > 0,10$.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF SECOND BRANDED CLOTHES AT HENDRA STORE GEDEBAGE, BANDUNG

Ranses Saputra Ginting Manik

This study aims to determine the effect of product quality and price partially or simultaneously on the decision to purchase used clothing (second branded) at the Hendra Store Gedebage Bandung store. This research is descriptive and verificative with a quantitative approach, the research method used is a validity test, reliability test, descriptive statistical analysis, classical assumption test, multiple linear analysis, coefficient of determination, and hypothesis test. The population used in this study were customers of the Hendra store Gedebage Bandung store in the period 2020 to 2022, namely 1,097 customers, while the number of samples was determined using the Slovin formula with a simple random sampling technique. Based on sample calculations that have been carried out from 1,097 customers with an error rate of 10%, the number of samples used in this study was 92 people. The results of this study indicate that product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with an F count of $4.049 > F$ table of 2.36 and a significance value of $0.021 < 0.10$. Partially, product quality has a significant negative effect on purchasing decisions with a T -value of $-2.842 > T$ -table of 1.662 and a significance value of $0.006 < 0.10$, while price has no effect and is not significant on purchasing decisions with a T -count of $0.145 < T$ -table of 1.662 and a significance value of $0.885 > 0.10$.

Keywords: Product Quality, Price, and Purchase Decision