

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian album musik k-pop grup BTS di Kota Bandung. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana besarnya pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen album musik grup BTS di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu Teknik Statistik Inferensial, *Method of Successive Interval* (MSI), dan Uji Hipotesis Asosiatif. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah penggemar grup k-pop BTS yang pernah membeli album musik k-pop grup BTS. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini, hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 40,2%. Hasil lain menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 20,9%. Adapun hasil yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan adanya hasil yang didapatkan dari nilai F hitung adalah $45.704 >$ dari F tabel yaitu 0,309. Adapun diketahui bahwa nilai Sig. F Change adalah $0,000 < 0,05$ dengan pengaruh sebesar 64,9%.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian sudah masuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa item yang perlu diperbaiki seperti album musik k-pop grup BTS mudah diperbaiki apabila ada kerusakan, harga produk terjangkau, dan konsumen membeli produk setiap baru dirilis.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for BTS group k-pop music albums in Bandung. This study aims to find out and analyze how the magnitude of the influence of product quality and price simultaneously and partially on consumer purchasing decisions for BTS group music albums in Bandung.

This study uses quantitative methods with data analysis techniques used, namely Inferential Statistical Techniques, Method of Successive Interval (MSI), and Associative Hypothesis Testing. The target population in this study were fans of the k-pop group BTS who had purchased the album k-pop music group BTS. The number of respondents in this study amounted to 96 respondents. Data collection in this study was carried out using a questionnaire.

Based on the data obtained in this study, these results indicate that product quality has a significant partial effect on purchasing decisions by 40.2%. Other results show that price has a significant effect partially on purchasing decisions by 20.9%. The results show that there is a simultaneous influence between product quality and price on purchasing decisions. This can be shown by the results obtained from the calculated F value is 45,704 > from the F table, which is 0.309. It is known that the value of Sig. F Change is 0.000 < 0.05 with an effect of 64.9%.

The conclusion in this study is that Product Quality, Price, and Purchase Decision are in the good category, but there are several items that need to be repaired such as the BTS group's k-pop music album which is easy to repair if there is damage, the price of the product is affordable, and consumers buy the product every time. just released.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision