

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Al Khalid Pada Generasi Z Dan Alpha Di Kota Bandung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor keputusan pembelian Martabak Al Khalid Pada Generasi Z Dan Alpha Di Kota Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Martabak Al Khalid Generasi Z Dan Alpha Di Kota Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Partisipan dalam penelitian terdiri dari 32 orang Generasi X dan Y, 36 orang Generasi Z dan 29 orang Generasi Alpha. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yaitu uji regresi linier berganda, uji F, uji T, Korelasi dan Determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Martabak Al Khalid Bandung. Untuk uji secara parsial variabel kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Martabak Al Khalid Bandung. Untuk tingkat keeratan koefisien determinasi (R^2) sebesar 27,7% dan sisanya di dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Product and Service Quality on Martabak Al Khalid Purchasing Decisions in Generation Z and Alpha in the City of Bandung

This research aims to determine and analyze purchasing decision factors for Martabak Al Khalid among Generation Z and Alpha in Bandung City. This research is quantitative research with a survey method. The population in this research is Martabak Al Khalid Generation Z and Alpha consumers in the city of Bandung. The sampling technique used non-probability sampling with a sample size of 97 people. Participants in the research consisted of 32 Generation X and Y people, 36 Generation Z people and 29 Generation Alpha people. Types and sources of data using primary and secondary data. The data collection technique uses a questionnaire whose validity and reliability have been tested. The data analysis techniques used to answer the hypothesis are multiple linear regression test, F test, T test, Correlation and Determination (R^2). The results of this research show that simultaneously the variables of product quality and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions for Martabak Al Khalid Bandung. To partially test product quality variables, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at Martabak Al Khalid Bandung. The level of closeness coefficient of determination (R^2) is 27.7% and the remainder is influenced by other factors not discussed in this research.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions