

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana proses keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk dan harga, serta besarnya pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan *non-probability sampling* jenis sampel kuota menggunakan skala Likert dengan jumlah responden sebanyak 96 orang yang telah melakukan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung. Dilihat dari nilai uji $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $87.124 > 3.09$ dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$. Pada uji R_2 menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas produk dan harga berkontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 65,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa keputusan pembelian pada House Label Bandung sudah masuk kedalam kategori baik, namun masih ada beberapa yang perlu diperbaiki seperti proses respon kepada konsumen untuk menindak lanjuti permasalahan dalam menggunakan produk agar nantinya konsumen merasa puas.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions for House Label Bandung products. The aim of this study was to identify and analyze how the purchasing decision process is based on product quality and price, as well as the magnitude of the simultaneous influence of product quality and price on purchasing decisions for House Label Bandung products.

The research method used was a descriptive method with a quantitative approach. Sampling was done using non-probability sampling with a quota sampling technique, utilizing a Likert scale with a total of 96 respondents who had made purchases. The data analysis techniques used were descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

The results of the testing showed that product quality and price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for House Label Bandung products. This is evident from the calculated F-test value $> F$ -table value or $87.124 > 3.09$ and a significance level of $0.000 < 0.05$. The R^2 test showed that the contribution of product quality and price variables to purchasing decisions was 65.2%. Thus, it can be concluded that product quality and price influence purchasing decisions.

The conclusion of this study is that purchasing decisions at House Label Bandung are already in the good category, but there are still some aspects that need improvement, such as the process of responding to consumers to follow up on problems in using the product so that consumers will feel satisfied in the future.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decision*