

ABSTRAK

Setiap perusahaan perlu memiliki suatu keunggulan agar dapat memenuhi harapan konsumen. Dalam memutuskan melakukan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan beberapa faktor, salah satunya kualitas dari produk yang akan dibeli. Dalam penelitian ini, terdapat ketidaksesuaian antara harapan konsumen terkait kualitas dari produk dengan kenyataan produk yang didapatkan oleh konsumen seperti pada kehandalan dan kesesuaian dari suatu produk yang tidak sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kualitas produk dan keputusan pembelian, serta bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Mon Cheri *Official Store*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen angket dengan jumlah sampel sebanyak 79 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan menggunakan alat bantu IBM *Statistical Package For Social Sciences* (SPSS). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Mon Cheri *Official Store*. Kesimpulan pada penelitian ini didapat berdasarkan tujuan penelitian yang meliputi analisis deskriptif dan asosiatif. Berdasarkan analisis deskriptif dinyatakan kualitas produk dan keputusan pembelian dalam kategori baik. Sedangkan berdasarkan analisis asosiatif menunjukkan nilai koefisien determinasinya mencapai 23,6% dimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Every company needs to have the advantage to meet consumer expectations. In deciding to make a purchase, consumers will consider several factors, one of which is the quality of the product to be purchased. In this study, there is a discrepancy between consumer expectations related to the quality of the product with the reality of the product obtained by consumers such as the reliability and suitability of a product that is not suitable. This study aims to describe and analyze product quality and purchasing decisions, as well as how product quality influences purchasing decisions at the Mon Cheri Official Store. The research method used in this research is descriptive and associative with a quantitative approach. The data analysis technique used is simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The data collection technique used a questionnaire instrument with a total sample of 79 respondents. While the analysis technique used is simple linear regression using the IBM Statistical Package For Social Sciences (SPSS) tool. Based on the results of the study, shows that product quality has a positive effect on consumer purchasing decisions at the Mon Cheri Official Store. The conclusions in this study were obtained based on the research objectives which included descriptive and associative analysis. Based on the descriptive analysis, it is stated that the product quality and purchasing decisions are in a good category. Meanwhile, based on associative analysis shows the coefficient of the determination reached 23.6% where purchasing decisions are influenced by product quality.

Keywords: *Quality of product and purchase decision.*