

ABSTRAK

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Reclays)

Industri fesyen berkembang pesat dengan persaingan yang ketat. Pelaku bisnis perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen guna mempertahankan daya saing di pasar. Merek Reclays menghadapi tantangan berupa rendahnya pangsa pasar akibat harga yang dianggap kurang sesuai serta kualitas produk yang belum memenuhi ekspektasi konsumen.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya penurunan jumlah keputusan pembelian pada merek Reclays. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian Reclays, serta pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Reclays.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 100 responden yang merupakan konsumen Reclays. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, dan observasi. Instrumen penelitiannya mencakup skala likert, uji validitas, uji reliabilitas, dan *method of succesive interval* (MSI). Kemudian data di analisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengukur hubungan antara variabel independen (harga dan kualitas produk) dengan variabel dependen (keputusan pembelian).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam skala interval harga termasuk pada kategori baik, kualitas produk masuk pada kategori Cukup Baik, dan keputusan pembelian masuk pada kategori Baik. Dari hasil pengujian diketahui bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, serta harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini terdiri dari variabel harga, Kualitas produk dan keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan menyesuaikan strategi harga agar lebih kompetitif di pasar. Pembaruan pada penelitian ini yaitu tempat yang bertempat di Reclays dan Waktu penelitian yaitu tahun 2024.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Konsumen, Reclays

ABSTRACT

The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study on Reclays Consumers)

The fashion industry is rapidly developing with intense competition. Business actors must understand the factors influencing consumer purchasing decisions in order to maintain competitiveness in the market. The Reclays brand is facing challenges due to a low market share caused by prices perceived as unsuitable and product quality that does not meet consumer expectations.

This study is motivated by a decline in the number of purchasing decisions for the Reclays brand. It aims to analyze the condition of price, product quality, and purchasing decisions for Reclays, as well as the influence of price and product quality on purchasing decisions.

The research uses a quantitative approach with 100 respondents who are Reclays consumers. Data were collected through interviews, questionnaires, and observations. The research instruments include a Likert scale, validity tests, reliability tests, and the Method of Successive Interval (MSI). The data were then analyzed using multiple linear regression to measure the relationship between the independent variables (price and product quality) and the dependent variable (purchasing decision).

The results show that, on an interval scale, price falls into the “Good” category, product quality is in the “Fairly Good” category, and purchasing decisions are in the “Good” category. The tests indicate that price has a significant positive effect on purchasing decisions, product quality also has a significant positive effect on purchasing decisions, and both price and product quality significantly influence consumer purchasing decisions. The study comprises the variables of price, product quality, and purchasing decisions. The findings suggest that the company should improve product quality and adjust pricing strategies to be more competitive in the market. The study was conducted at Reclays in 2024.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Consumer, Reclays