

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di
Burger King Bandung Indah Plaza
Oleh : Rahma Nur Fadilah

Perkembangan dunia kuliner terutama bisnis makanan cepat saji saat terjadi cukup pesat, dengan perkembangan yang pesat membuat persaingan semakin ketat. Hal itu tentu menuntut perusahaan salah satunya Burger King untuk terus maju dan berkembang dalam mempertahankan perusahaannya dengan cara meningkatkan kualitas produk dan mempertimbangkan harga agar perusahaannya bisa terus stabil dan terciptanya keputusan pembelian yang berakibat pada peningkatan penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Burger King Bandung Indah Plaza secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif asosiatif dengan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan sebesar 92,0% dan sisanya 8% yang berasal dari indikator yang tidak disertakan pada penelitian ini. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 21,9% dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 70,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

*The Influence of Product Quality, Price and Purchasing Decisions at
Burger King Bandung Indah Plaza
By : Rahma Nur Fadilah*

The development of the culinary world, especially the fast food business, when it happens quite rapidly, with rapid development making competition tighter. This certainly requires companies, one of which is Burger King, to continue to progress and develop in maintaining its company by improving product quality and considering prices so that the company can continue to be stable and the creation of purchasing decisions that result in increased sales.

This study aims to know, describe and analyze the Effect of Product Quality on Purchasing Decisions at Burger King Bandung Indah Plaza simultaneously or partially. The research method used was an associative descriptive method with a sample of 98 respondents. Testing of research instruments using validity and reliability tests. The data analysis methods used are multiple regression analysis, multiple correlation and determination efficiency. The results showed that there is a positive and significant influence between product quality and price on purchasing decisions.

The magnitude of the influence of product quality and price on purchasing decisions simultaneously amounted to 92.0% and the remaining 8% came from indicators that were not included in this researcher. Partially, the magnitude of the influence of product quality on purchasing decisions is 21.9% and the influence of price on purchasing decisions is 70.3%, so it can be concluded that price has the greatest influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision