

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Paskal 23

Gilga Indiana Rimbani

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor waralaba makanan dan minuman, kualitas produk dan harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mixue Paskal 23 sebagai salah satu gerai waralaba di Kota Bandung menghadapi tantangan dalam mempertahankan keputusan pembelian konsumen, yang ditunjukkan melalui penurunan pendapatan dan keluhan terhadap konsistensi produk serta harga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial pada konsumen Mixue Paskal 23.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 74.233 konsumen, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil melalui teknik insidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, serta uji t dan uji F, dengan pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi kualitas produk pada Mixue Paskal 23 berdasarkan jawaban responden berada pada kategori “Baik”, kondisi harga pada Mixue Paskal 23 berdasarkan jawaban responden berada pada kategori “Baik” dan kondisi keputusan pembelian pada Mixue Paskal 23 berdasarkan jawaban responden berada pada kategori “Baik”, sementara berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kedua variabel tersebut juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Paskal 23.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect of Product Quality and Price on Purchasing Decisions at Mixue Paskal 23

Gilga Indiana Rimbani

In an era of increasingly competitive business competition, especially in the food and beverage franchise sector, product quality and price are important factors that influence consumer purchasing decisions. Mixue Paskal 23 as one of the franchised outlets in Bandung City faces challenges in maintaining consumer purchasing decisions, as indicated by a decrease in revenue and complaints about product consistency and price suitability.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions simultaneously and partially on consumers of Mixue Paskal 23.

This research uses a quantitative approach with descriptive and verificative methods. The population in this study were 74,233 consumers, with a sample size of 100 respondents taken through incidental sampling technique. The data analysis techniques used include multiple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination, as well as t test and F test, with data processing carried out using SPSS version 30.

The results showed that the condition of product quality at Mixue Paskal 23 based on respondents' answers was in the "Good" category, the price condition at Mixue Paskal 23 based on respondents' answers was in the 'Good' category and the condition of purchasing decisions at Mixue Paskal 23 based on respondents' answers was in the "Good" category, while based on the results of hypothesis testing simultaneously product quality and price have a significant effect on purchasing decisions. Partially, the two variables also have a positive and significant influence on purchasing decisions at Mixue Paskal 23.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision