

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI H&H CAFÉ AND KITCHEN BANDUNG

Latar belakang penelitian didasari oleh persaingan industri kuliner di kota Bandung yang semakin ketat, sehingga faktor harga dan kualitas produk menjadi pertimbangan penting dalam memengaruhi perilaku konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada H&H Café and Kitchen Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang di kuantitatifkan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen H&H Café and Kitchen. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji F untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin sesuai harga dan semakin baik kualitas produk, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk membeli. Temuan ini memberikan implikasi bagi manajemen H&H Café and Kitchen untuk lebih memperhatikan strategi penetapan harga serta menjaga konsistensi kualitas produk dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian,

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON PRODUCT PURCHASE DECISIONS AT H&H CAFE AND KITCHEN BANDUNG

The background of this research is based on the increasingly intense competition in the culinary industry in Bandung, making price and product quality important factors in influencing consumer behavior. This study aims to analyze the effect of price and product quality on purchasing decisions at H&H Café and Kitchen Bandung. The research method used is descriptive and associative with a qualitative approach that is quantified. Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents who are consumers of H&H Café and Kitchen. The data were analyzed using multiple linear regression analysis, t-test, and F-test to examine both partial and simultaneous effects. The results of the study indicate that price and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously. This implies that the more appropriate the price and the better the product quality, the higher the consumers' decision to purchase. These findings provide implications for the management of H&H Café and Kitchen to pay more attention to pricing strategies and maintain product quality consistency in order to increase consumer purchasing decisions.

Keywords: *Price, Product Quality, Purchasing Decision*