

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Roemah Kentang 1908 Bandung

Erik Rian Saputra

Fenomena yang melatar belakangi penelitian ini adalah rendahnya tingkat keputusan pembelian konsumen di Roemah Kentang 1908 Bandung. Kondisi tersebut ditunjukkan oleh fluktuasi jumlah konsumen, persepsi kualitas produk yang masih dinilai kurang baik, serta harga yang dianggap belum kompetitif dibandingkan pesaing. Situasi ini menimbulkan pertanyaan apakah kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengukur pengaruh kualitas produk serta harga baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian di Roemah Kentang 1908 Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada 97 konsumen, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda yang dilengkapi dengan uji asumsi klasik, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kualitas produk terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, begitu pula dengan harga yang juga memberikan pengaruh positif signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas produk dan semakin sesuai harga dengan nilai yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian di Roemah Kentang 1908 Bandung. Penelitian ini memberikan manfaat teoritis sebagai pengembangan kajian manajemen pemasaran mengenai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, serta manfaat praktis bagi pihak manajemen Roemah Kentang 1908 dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas produk dan penetapan harga yang kompetitif guna mempertahankan serta menarik konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions at Roemah Kentang 1908 Bandung

Erik Rian Saputra

The phenomenon underlying this research is the low level of consumer purchase decisions at Roemah Kentang 1908 Bandung. This condition is reflected in fluctuating customer numbers, perceptions of product quality that are still considered unsatisfactory, and prices that are deemed less competitive compared to competitors. This situation raises the question of whether product quality and price have a significant influence on consumer purchase decisions. The purpose of this study is to analyze and measure the effect of product quality and price, both partially and simultaneously, on purchase decisions at Roemah Kentang 1908 Bandung. This research employed a quantitative method with a survey technique. Data were collected through questionnaires distributed to 97 consumers and analyzed using multiple linear regression, complemented by classical assumption tests, the F-test, and the t-test. The results indicate that simultaneously, product quality and price have a significant effect on purchase decisions. Partially, product quality has been proven to have a positive and significant effect on purchase decisions, as does price, which also shows a positive and significant influence. These findings confirm that the better the product quality and the more appropriate the price with the value perceived by consumers, the higher the purchase decisions at Roemah Kentang 1908 Bandung. This study provides theoretical benefits as a contribution to the development of marketing management studies on factors influencing purchase decisions, as well as practical benefits for the management of Roemah Kentang 1908 in formulating strategies to improve product quality and set competitive prices in order to retain and attract consumers.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision