

ABSTRAK

Iip Miptahudin (2.216.2.017) “ Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Busana Muslim di Kabupaten Subang)”

Pada umumnya didirikan suatu perusahaan ini untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Harga dan kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, semakin harga baik dan kualitas produk bagus maka penjualan akan meningkat. Namun pada kenyataannya ada sebagian toko busana muslim di Kabupaten Subang yang mengalami penurunan penjualannya yang terjadi pada beberapa toko misalnya di zoya,elzatta.

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui, menganalisa, dan menguji seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pelanggan busana muslim di Kabupaten Subang.

Penelitian ini menggabungkan teori harga dengan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian dengan melibatkan warga Kabupaten Subang yang pernah datang dan membeli produk pada 5 toko busana muslim yang telah ditentukan peneliti. Dan dalam melakukan pengumpulan data penelitian ini berupa kuesioner.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasinya adalah penduduk Kabupaten Subang dengan jumlah 1.509.556. Adapun sampel yang dipilih berjumlah 100 orang berdasarkan rumus Slovin. Variabel yang digunakan yaitu harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) serta keputusan pembelian (Y) Penelitian dapat dipecahkan menggunakan metode analisis menggunakan aplikasi SPSS 22, yaitu dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji T dan uji F serta uji koefisien determinasi.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini secara *simultan* yaitu hasil perhitungan harga diperoleh $t_{hitung}4,346 > t_{tabel}1,984$ dan kualitas produk $t_{hitung}2,224 > t_{tabel}1,984$. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen busana muslim di kabupaten Subang . Kemudian besar pengaruh kedua variabel yaitu harga dan kualitas produk sebesar 25,3%, sedangkan 74,7% sisanya dijelaskan variabel lain seperti tempat,promosi, kualitas pelayanan, atribut produk, citra merek dan periklanan. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dian Retnaningsih mahasiswa Pascasarjana Universitas Diponegoro tahun 2009 yang berjudul “*Analisis Pengaruh Mutu Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli (Studi pada PT. StarOne Mitra Telekomunikasi)*”. Menyimpulkan besar pengaruh mutu produk dan persepsi harga sebesar 21,2% .

ABSTRACT

Iip Miptahudin (216.2.017) “The Influence of Price and Product Quality on Purchase Decision (Case Study On Customers Clothing in Subang Regency)”

In general a company is established to get the desired benefits. Price and product quality greatly influence someone's purchasing decisions, the better the price and the good quality of the product, the sales will increase. But in reality there are some Muslim fashion stores in Subang Regency that experienced a decline in sales that occurred in several stores such as in Zoya, Elzatta.

The purpose of this study is to find out, analyze, and examine how much influence the price on purchasing decisions and the influence of product quality on purchasing decisions and the influence of price and product quality on purchasing decisions on Muslim fashion customers in Subang Regency.

This study combines the price theory with the quality of the product against the Purchasing Decision by involving the residents of Subang Regency who have come and bought products at 5 Muslim fashion stores that have been determined by researchers. And in collecting data, this research is in the form of a questionnaire.

This research is quantitative descriptive. The population is the population of Subang Regency with a total of 1,509,556. The sample chosen was 100 people based on the Slovin formula. The variables used are price (X_1) and product quality (x_2) and purchasing decisions (Y) Research can be solved using analytical methods using SPSS 22 application, namely by testing validity and reliability, classical assumption test, multiple regression analysis, test T and F test and test the coefficient of determination.

The conclusions obtained from this study simultaneously that the results of the price calculation obtained $t_{count} 4.346 > t_{table} 1.984$ and product quality $t_{count} 2.224 > t_{table} 1.984$. The results of hypothesis testing indicate that price and product quality have a positive effect on purchasing decisions on Muslim fashion consumers in Subang district. Then the influence of both variables is price and product quality by 25.3%, while the remaining 74.7% is explained by other variables such as place, promotion, service quality, product attributes, brand image and advertising. This research is relevant to research conducted by Dian Retnaningsih, a Diponegoro University Postgraduate student in 2009 entitled "Analysis of the Effect of Product Quality and Price Perception on Buying Interest (Study at PT. StarOne Telecommunication Partners)". Where the influence of product quality and price perception is 21.2%

الملخص

Iip Miptahudin (2.216.2.017) "تأثير أسعار وجودة المنتجات على قرارات الشراء (دراسة حالة عن عملاء الملابس المسلمة في سوبانج ريجنسي)"

بشكل عام يتم تأسيس الشركة للحصول على الفوائد المرجوة. تؤثر جودة المنتجات والأسعار بشكل كبير على قرارات الشراء لدى شخص ما وكلما كان السعر أفضل والجودة الجيدة للمنتج ستزداد المبيعات. ولكن في الواقع هناك بعض متاجر الأزياء الإسلامية في سوبانج ريجنسي التي شهدت انخفاضاً في المبيعات في العديد من المتاجر مثل زويا والزاتا

الغرض من هذه الدراسة هو معرفة وتحليل وفحص مدى تأثير السعر على قرارات الشراء وتأثير جودة المنتج على قرارات الشراء وتأثير السعر وجودة المنتج على قرارات الشراء على عملاء الأزياء المسلمين في Subang Regency

تجمع هذه الدراسة بين نظرية السعر وجودة المنتج مقابل قرار الشراء من خلال إشراك سكان سوبانج ريجنسي الذين جاؤوا واشتروا المنتجات في 5 متاجر للأزياء الإسلامية حددها الباحثون. وفي جمع البيانات يكون هذا البحث في صورة استبيان.

البحث هو وصف كمي. السكان هم سكان سوبانج ريجنسي مع ما مجموعه 1509●556. كانت العينة المختارة 100 شخص على أساس صيغة Slovin. المتغيرات المستخدمة هي السعر (X_1) وجودة المنتج (x_2) وقرارات الشراء (Y) يمكن حل البحث باستخدام طرق تحليلية باستخدام تطبيق SPSS 22 أى عن طريق اختبار الصلاحية والموثوقية اختبار الافتراض التقليدي تحليل الانحدار المتعدد اختبار T و اختبار F واختبار معامل التحديد.

الاستنتاجات التي تم الحصول عليها من هذه الدراسة في وقت واحد أن نتائج حساب السعر حصلت عليها رقم 4.346 < ر الجدول 1.984 وجودة المنتج 2.224 < t_count ر الجدول 1.984. تشير نتائج اختبار الفرضيات إلى أن السعر وجودة المنتج لهما تأثير إيجابي على قرارات الشراء على المستهلكين المسلمين في الأزياء في مقاطعة سوبانج. ثم إن تأثير كل من المتغيرين هو السعر وجودة المنتج بنسبة 25.3 في حين أن 74.7 الباقية يتم تفسيرها بمتغيرات أخرى مثل المكان والترويج وجودة الخدمة وسمات المنتج وصورة العلامة التجارية والإعلانات. هذا البحث ذو صلة بالبحوث التي أجراها ديان ريتنننجيه طالب الدراسات العليا بجامعة ديونيفورو في عام 2009 بعنوان "تحليل تأثير جودة المنتج وإدراك السعر على الاهتمام بالشراء (الدراسة في PT. شركاء StarOne للاتصالات)" (المصدر: حيث يكون تأثير جودة المنتج وإدراك السعر