

## ABSTRAK

### **Mr. Rifhan Masae : “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Studi kasus Pada konsumen Sepatu Adidas di Daerah Yala Thailand)**

Pada dasarnya perilaku para konsumen selalu mencari produk yang berharga murah dan berkualitas, kemudian para konsumen akan memilih produk yang harga murah dan kualitas bagus dalam membeli produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada konsumen sepatu Adidas di daerah Yala.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi, pengujian hipotesis (Uji t dan uji f), dan analisis determinasi. Uji hipotesis menggunakan taraf nyata 0,05 atau 5%. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Software Statistical Product and Service Solution (SPSS) 23.0 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t_{hitung}$  sebesar **4,385** dengan tingkat signifikansi sebesar **0,000**. karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (**4,385 > 1,66**) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t_{hitung}$  sebesar **5,624** dengan tingkat signifikansi sebesar **0,000**. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (**5,624 > 1,66**) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian koefisien regresi secara bersama-sama diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar **61,687** karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (**61,687 > 3,195**) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $R^2$  diperoleh dengan nilai sebesar **0,560** mengindikasikan bahwa **56,0%** perubahan pada keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas/independen (Harga dan kualitas Produk) yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya **44,0 %** dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

**Kata Kunci : Harga, Kualitas produk, dan Keputusan Pembelian.**



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG