

ABSTRACT

Pemasaran adalah suatu sistem total dalam kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Di dalam pemasaran ada yang disebut Penetapan Harga dan Kualitas Produk, kedua variabel ini akan sangat mempengaruhi kepada Keputusan Pembelian. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jackstar Resto & Café” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Jackstar resto & café. Dan penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen Jackstar Resto & Café.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik probability sampling dengan teknik sampel random. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Alat yang digunakan untuk melakukan analisis data adalah program SPSS 20 yaitu *software statistic* yang sering digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial ada pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Jackstar Resto & Cafe menunjukkan nilai t hitung 2,911 dengan nilai signifikansi 0,004. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian parsial yang diperoleh untuk variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen Jackstar Resto & Café menunjukkan nilai t hitung 10,083 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian model regresi secara simultan untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai F hitung 97,262 dengan nilai signifikansi 0,000, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut adalah lebih kecil dari 0,05 maka hal tersebut dinyatakan berpengaruh positif.

Kata Kunci : Penetapan Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian