

EFFECT OF PRICE AND QUALITY PRODUCT DECISIONS TO PURCHASE SUZUKI ERTIGA

By

GAGAH FAJAR RAMADHON

Abstract

This study was conducted to determine whether the price and quality of products Suzuki Ertiga influence purchasing decisions. This study uses data derived from questionnaires to customers who have made purchases Suzuki Ertiga and obtained a total sample of 34 consumers. The analysis technique used is multiple regression analysis and hypothesis testing using a significance to the 5% level of confidence. Of research by the author, obtained correlation coefficient (R) of 0.976, meaning that the relationship between price and product quality variables on purchasing decisions is very powerful and significant. While the coefficient of determination of 0.954, it is clear that the contribution provided by the variable price and quality products to the buying decision for 95.4%, while the remaining 5.5% is influenced by other factors that are not addressed in this study. And this proves that the variable price and product quality has a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Quality Product, Purchase Decision

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUZUKI ERTIGA

Oleh

GAGAH FAJAR RAMADHON

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian Suzuki Ertiga. Penelitian ini menggunakan data yang berasal dari penyebaran kuesioner pada konsumen yang telah melakukan pembelian Suzuki Ertiga dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 34 konsumen. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5%. Dari penelitian yang penulis lakukan, diperoleh Koefisien Korelasi (R) sebesar 0,976, artinya hubungan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sangat kuat dan signifikan. Sedangkan Koefisien Determinasi sebesar 0,954, hal ini menjelaskan bahwa kontribusi yang diberikan variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 95,4% sedangkan sisanya 5,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dan ini membuktikan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian