

ABSTRAK

Elin Sulantari, **0907070,**
Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian **di**
Che.Co Café and Resto Jatinangor, **Agus Sudono, S.E., MM., Masharyono,**
A.P., S.Pd., MM.

Ketidakstabilan pendapat dialami oleh Che.Co Café and Resto bahkan kecenderungan pembelian produk dari Che.Co Café and Resto menurun dalam satu tahun terakhir. Hal ini terjadi karena oleh beberapa faktor. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk dan harga merupakan faktor yang paling berpengaruh besar akan keputusan pembelian. Kualitas produk dan harga mempunyai hubungan erat dengan keputusan pembelian dalam melakukan pembelian. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus utama adalah kualitas produk dan harga yang ditinjau dari persepsi konsumen. Sehingga diperlukan suatu bentuk penelitian untuk mengetahui dan mengevaluasi bagaimana kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikasi dan populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Che.Co Café and Resto. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan *explanatory survey*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 64,8%, sedangkan sisanya sebesar 35,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian.

Adapun upaya yang harus ditingkatkan oleh Che.Co Café and Resto, perlunya ada perbaikan pada dimensi kualitas produk khususnya *serviceability*. Sedangkan pada variabel harga dalam indikator harga produk lebih murah dibandingkan resto lain. Perusahaan harus bisa mengoptimalkan harga yang diterapkan sehingga dapat mempengaruhi minat membeli konsumen. Kualitas produk dan harga di Che.Co Café and Resto merupakan dua aspek yang harus diperhatikan, karena sama-sama lain mempengaruhi keputusan pembelian. Maka harus tetap dijaga, dipertahankan, diawasi dan ditingkatkan kembali keputusan pembelian melalui pelaksanaan dan penerapan kualitas produk dan harga.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian.

ABSTRACT

ElinSulantari, 0907070, Effect of Product Quality and Price Towards Buying Decision at Che.Co Café and RestoJatinangor, AgusSudono, S.E., MM., Masharyono, A.P., S.Pd., MM.

Instability income experienced by Che.Co Café and Resto even a tendency to purchase products from Che.Co Café and Resto decreased in the past year. This happens due to several factors. Based on the research of product quality and price, there are the most influential factor will affect to purchasing decision. Product quality and price has a close relationship with the purchasing decisions in their purchases. In this study, the main focus is the quality of the product and the price in terms of consumer perception. So we need a form of research to find out and evaluate how the quality of products and prices can influence consumer purchasing decisions.

This research is using descriptive method verification and population from Che.Co Café and Resto consumers. Sample that taken as many as 100 respondents using explanatory survey. Based on the results of research show that the variable of product quality and price has a positive and significant influence on the purchase decision. The magnitude of the effect of product quality and price together towards the purchase decision amounted to 64.8%, while the remaining 35.2% is influenced by other variables that are not entered into the research.

The effort should be enhanced by Che.Co Café and Resto, improvements in product quality dimensions especially serviceability are needed. While the price on the indicator variable product prices cheaper than other restaurant. Company must be able to optimize the price applied so that will affect to the interest of consumers. Product quality and price at Che.Co Café and Resto are two aspects to be considered, because one another influence purchasing decisions. Then it should keep, maintain, monitor and enhance purchasing decisions through the implementation and application of the product quality and price.

Key Words: Product Quality, Price, Purchase Decision.