ABSTRACT

The Influence Of Pricing And Product Quality

To Consumer Purchasing Decisions

Of Olympic Furniture

(Survey In Consumer Of CV. Suka Damai Soreang)

By : Riyanto

The research was conducted because there decrease in Olympic furniture sales in 2007-2011 periods. This sales decline followed a drop in consumer purchase decisions on furniture Olympic competition amid the business world. The purpose of this study is to determine the pricing, product quality, and purchasing decisions, influence on purchasing decisions of pricing, product quality to influence purchasing decisions and the pricing and product quality to the buying decision partially and simultaneously.

The research was carried out in CV. Suka Damai Soreang Bandung regency. The method used in this study is the method of approach and verifikatif deskriktif with a qualitative approach. The unit of analysis in this study is the determination of pricing and product quality as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable. Sampling as many as 46 respondents in this study using accidental sampling method. To determine the effect of pricing and quality products to the buying decision is to use statistical analysis using multiple linear regression analysis, correlation coefficient, determination coefficient and hypothesis testing using the F test and T test, with the help of an application program SPSS 14 for windows.

The results are qualitatively show the pricing and purchasing decisions fall into that category quite well, and the quality of the products included in either category. And quantitative research shows the magnitude of the effect of pricing and product quality simultaneously in a purchase decision by increasing 75.5% and the remaining 24.5% described for other variables outside of variable studied. While pricing for 34.8% influence on purchasing decisions and product quality by 40.8% influence on purchase decisions.

Key words: pricing, quality product and purchasing decisions

ABSTRAK

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *FURNITURE* OLYMPIC (SURVEY PADA KONSUMEN CV. SUKA DAMAI SOREANG)

Oleh : Riyanto

Penelitian ini dilakukan karena adanya penurunan penjualan *furniture* Olympic dalam kurun waktu 2007-2011. Penurunan penjualan ini diikuti adanya penurunan keputusan pembelian konsumen pada produk *furniture* Olympic ditengah persaingan dunia bisnis. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penetapan harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian, pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan.

Penelitian ini dilakukan di CV. Suka Damai Soreang kabupaten Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriktif dan verifikatif dengan pendekatan kualitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah penetapan harga dan kualitas produk sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Pengambilan sampel sebanyak 46 responden dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental Sampling*. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian digunakan analisis statistik yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan uji F dan uji t, dengan menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 14 for windows.*

Hasil penelitian secara kualitatif menunjukkan penetapan harga dan keputusan pembelian termasuk dalam kategori cukup baik, dan kualitas produk termasuk dalam kategori baik. Dan hasil penelitian secara kuantitatif menunjukkan besarnya pengaruh penetapan harga dan kualitas produk secara simultan dalam meningkatkan keputusan pembelian sebesar 75,5% dan sisanya 24,5% dijelaskan variabel lain diluar variable yang diteliti. Sedangkan penetapan harga memberikan pengaruh sebesar 34,8% terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk memberikan pengaruh sebesar 40,8% terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Penetapan harga, kualitas produk dan keputusan pembelian