

## ABSTRAK

### **Mr. Fuard Samae (1138020151): “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi kasus Pada konsumen Sepatu Nike di Daerah Patani Thailand)**

Pada dasarnya konsumen selalu menanyakan harga dan kualitas produk dalam suatu produk di perusahaan, kemudian para konsumen akan memilih harga yang murah dan kualitas produk yang bagus dalam membeli produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike pada konsumen sepatu nike di daerah Patani.

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) 20.0 for windows*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t_{hitung}$  sebesar **0,395** dengan tingkat signifikansi sebesar **0.694**. karena nilai signifikan lebih besar dari taraf nyata (**0,694 > 0,05**) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t_{hitung}$  sebesar **8,730** dengan tingkat signifikansi sebesar **0,000**. Karena nilai signifikan lebih kurang dari taraf nyata (**0,000 > 0,05**) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian koefisien regresi secara bersama-sama diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar **39,381** karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (**39,381 > 3,090**) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai *R-square* diperoleh dengan nilai sebesar **0,448** mengindikasikan bahwa **44.8%** perubahan pada keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas/independen (Harga dan kualitas Produk) yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya **56.2%** 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