

ABSTRAK

Fariq Tajdid Alfafa : (1168020090): Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Leptop Lenovo (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016-2019).

Masalah yang melatar belakangi penelitian ini adalah terdapat pada loyalitas konsumen yang sering, pernah atau masih menggunakan produk leptop lenovo . Hal ini dilihat dari tingkat pembelian konsumen khususnya dengan pendapatan menengah kebawah yang jarang membeli leptop lenovo Hal ini di dasarkan pada survey awal pada 50 responden mahasiswa Manajemen angkatan 2016-2019 bahwa perbandingan produk leptop lenovo 26% mengatakan sangat baik, 32% mengatakan cukup baik sedangkan 42% mahasiswa mengatakan sangat buruk, dapat disimpulkan bahwa masih banyak mahasiswa yang berpendapat kurang baik terhadap peroduk leptop Lenovo ini.

Kualitas produk didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Harga ialah sejumlah uang yang dikeluarkan sebagai alat ukur untuk memperoleh manfaat dari barang ataupun jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Leptop Lenovo (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk Leptop Lenovo (3) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Leptop Lenovo.

Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016-2019. Teknik yang digunakan yaitu proportional stratified random dengan 280 responden. Jenis data yang digunakan yaitu survei awal, interview, observasi dan kuesioner/angket. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, uji validitas, analisis, regresi linier berganda, reabilitas, uji parsial, uji F, dan uji determinasi.

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kuliatas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($5.650 > 1,968$). Variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai thitung > ttabel ($9.345 > 1,968$). Variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) seara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai fhitung > ftabel ($106.127 > 3.027$). Dan hasil output koefisien determinasi adalah sebesar 65,4%. Sedangkan sisa yang lainnya sebesar 34,6% di sebabkan oleh pengaruh dari variabel yang lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, dan Harga Keputusan pembelian.