

ABSTRAK

Pemasaran adalah bagaimana cara dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan para konsumen melalui berbagai saluran distribusi tertentu melalui produk yang ditawarkan. Demikian dengan pemasaran selalu berhubungan dengan kualitas produk pada bagaimana menciptakan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memberikan kepuasan supaya konsumen mau membeli produk yang diawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian paket data kartu seluler Indosat di Lumajang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data kartu seluler Indosat di Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini di dapatkan dari para pengguna paket data kartu seluler Indosat di Lumajang. Dalam penentuan sampel menggunakan *nonprobability sampling* yakni *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80 responden. Data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang di analisis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pembelian. kemudian variabel harga mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Marketing is how to meet or satisfy consumer needs through certain distribution channels through the products offered. Likewise, marketing is always related to product quality on how to create goods and services that can provide customer satisfaction in buying the products offered. This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing Indosat cellular card data packages in Lumajang. Furthermore, to see which variables have the most influence on the decision to purchase Indosat cellular data packages in Lumajang. The method used in this research is quantitative. The data obtained in this study were obtained from users of Indosat's cellular data packages in Lumajang. In determining the sample using nonprobability sampling, namely purposive sampling with a total of 80 respondents. The data obtained by a questionnaire were analyzed using multiple linear regression analysis techniques. The test results in this study indicate that the product quality variable does not have a significant positive impact on purchasing decisions. then the price variable is able to have a significant positive impact on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price and Purchase Decision

