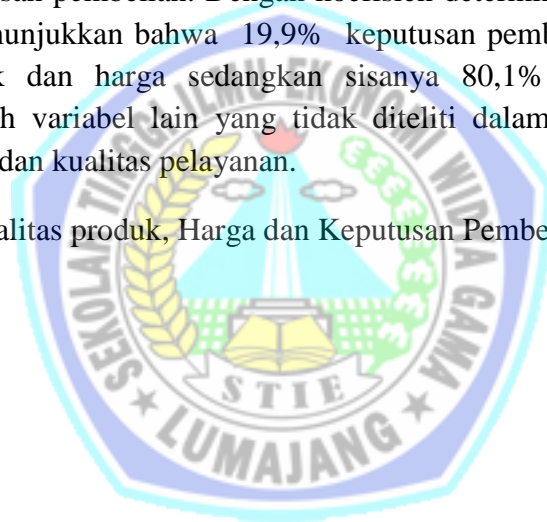


ABSTRAK

Perusahaan kusen cor merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembangunan, perusahaan ini telah mengelolah kusen pintu dan kusen jendela cor. Permasalahan dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian berjumlah 96. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden dengan menggunakan kuesioner. Langkah analilis data dari uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji statistik. Hasil penelitian dan menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian, dan terdapat pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,199 yang menunjukkan bahwa 19,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga sedangkan sisanya 80,1% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti lokasi, promosi dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas produk, Harga dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Cast frame company is a company engaged in construction, this company has managed the door frame and cast window sills. The problem in this research is whether there is an effect of product quality on purchasing decisions, whether there is an influence of prices on purchasing decisions. In research is quantitative research. The population in the study amounted to 96. The sample in this study amounted to 60 respondents using a questionnaire. The data analysis step is from the instrument test, the classic assumption test and the statistical test. The results of the study showed that there was a partially positive and significant influence on product quality on purchasing decisions, a positive and significant effect on prices on purchasing decisions, and there was an effect of product quality and price simultaneously on purchasing decisions. With a coefficient of determination (R Square) of 0.199 which shows that 19.9% of purchasing decisions are influenced by product quality and price while the remaining 80.1% of purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study, such as location, promotion and service quality.

Keywords: Product quality, Price and Purchasing Decisions