

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok di desa padang. Selanjutnya, untuk mengetahui variabel mana yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok di desa padang. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dan data yang diperoleh dari pengisian kuesioner. Dalam penentuan sampel menggunakan teknik sampel roscoe dengan jumlah responden sebanyak 60 responden dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok di desa padang. Dengan tingkat koefisien determinan sebesar 0,254 Artinya bahwa harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 25,4%. Sedangkan sisanya ditunjukkan oleh nilai estimasi error yaitu 74,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti lebih lanjut dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality on purchasing decisions at the company Riolok mother's chicken eggs in the village of Padang. Furthermore, to find out which variables influence purchasing decisions at the Ibu Rilok chicken egg company in Padang village. The type of research in this research is quantitative research, and the data obtained from filling out the questionnaire. In determining the sample using the Roscoe sample technique with a total of 60 respondents and analyzed using multiple linear regression analysis. The test results in this study indicate that the variable price, product quality affect purchasing decisions at the company Riolok mother's chicken eggs in the village of Padang. With a determinant coefficient level of 0, 254 This means that price and product quality can influence purchasing decisions by 25.4%. While the rest is indicated by the estimated error value, which is 74.6% influenced by other variables that are not examined further in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision

