

Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Dimensi Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Hisana Friend Chicken Wringinanom)

Nama : Nila Livia Sari
NIM : 2041710030
Pembimbing : Yunita Siti Mardhiyyah, S.TP., M.Si.

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan rasa percaya diri yang kuat yang terdapat pada diri konsumen yang diyakini bahwa keputusan pembelian sudah benar terhadap suatu pembelian produk yang diambil. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian konsumen, antara lain kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Populasi penelitian ini adalah konsumen dari Hisana Fried Chicken Wringinanom. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive sampling* dengan jumlah responden 100 orang sebagai sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner dan metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis data dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) karakteristik dari konsumen Hisana Fried Chicken Wringinanom didominasi oleh konsumen dengan usia 21 – 25 tahun, perempuan, dan berprofesi sebagai siswa/mahasiswa (2) variabel produk, harga, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan F hitung $69,005 > F$ tabel 2,70. Sedangkan secara parsial variabel produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan t hitung $1,759 < t$ tabel 1,985 namun variabel harga dan kualitas pembelian berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan t hitung variabel harga $2,975 > t$ tabel 1,985 dan t hitung variabel kualitas pelayanan $8,872 > t$ tabel 1,985. Setelah dilakukan penelitian maka dapat diajukan saran untuk melakukan peningkatan kualitas produk pada Hisana Fried Chicken Wringinanom.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Hisana Fried Chicken.

**Analysis of the Influence of Product, Price, and Service Quality Factors on
Consumer Purchasing Decisions (Case Study of Hisana Friend Chicken
Wringinom)**

By : Nila Livia Sari
Student Identity Number : 2041710030
Supervisor : Yunita Siti Mardhiyyah, S.TP., M.Si.

ABSTRACT

The purchase decision is a strong self-confidence contained in consumers who are believed that the purchase decision is correct for a product purchase taken. There are several factors that can influence consumer purchasing decisions, including product quality, price, and service quality. The population of this research is the consumers of Hisana Fried Chicken Wringinanom. The sampling technique used is purposive sampling with 100 respondents as the sample. The data collection technique used is a questionnaire and the data analysis method used is multiple regression analysis. The results of data analysis from this study indicate that: (1) the characteristics of Hisana Fried Chicken Wringinanom consumers are dominated by consumers aged 21-25 years, women, and work as students (2) product, price, service quality variables simultaneously affect on purchasing decisions with F count $69,005 > F$ table 2,70. While partially the product variable has no effect on purchasing decisions with t count $1.759 < t$ table 1.985 but the price and quality of purchase variables affect purchasing decisions with t count variable price $2,975 > t$ table 1,985 and t count variable service quality $8.872 > t$ table 1,985. After doing research, suggestions can be made to improve product quality on Hisana Fried Chicken Wringinanom.

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Service Quality, Purchase Decision, Hisana Fried Chicken.