

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah tahap dimana konsumen membentuk merek-merek atau pilihan yang paling disukai dan dipengaruhi oleh niat untuk membelinya. Pada dasarnya keputusan pembelian dipengaruhi beberapa alasan, diantaranya adalah kualitas produk, dan harga

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode analisis regresi, adapun tahap-tahap pengujiannya adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji r (kolerasi), uji statistik t, uji simultan F, dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan bantuan program SPSS statistics 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($7,424 > 1,984$) dan nilai signifikansi $<$ dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$). (2) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Hanasui pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel ($2,036 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$). (3) kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Hanasui pada mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang, hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung sebesar 73,840 dan diperoleh f tabel sebesar 3,09 ($73,840 > 3,09$) tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Purchasing decision is the stage where consumers form the brands or choices that are most preferred and are influenced by the intention to buy. Basically, purchasing decisions are influenced by several reasons, including product quality and price

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions of Hanasui products in students of the Faculty of Islamic Economics and Business UIN Raden Fatah Palembang. The sample of this research is 100 respondents using purposive sampling technique. The method used in this study is quantitative with the method of regression analysis, while the testing stages are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, r test (correlation), statistical t test, t test simultaneous F, and test the coefficient of determination (R²) using the SPSS statistics 25 program.

The results showed that: (1) product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions for Hanasui products for FEBI students at UIN Raden Fatah Palembang, this can be seen from the t count > t table (7.424 > 1.984) and the significance value < of probability value (0.000 < 0.05). (2) price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions for Hanasui products for FEBI students at UIN Raden Fatah Palembang, this can be seen from the t count > t table (2.036 > 1.984) and the significance value is smaller than the probability value (0.000 < 0.05). (3) product quality and price simultaneously affect the purchasing decision of Hanasui products for FEBI students of UIN Raden Fatah Palembang, this can be seen from the calculated f value of 73.840 and obtained f table of 3.09 (73.840 > 3.09) level of significance 0.000 < 0.05 .

Keywords: Product Quality, Price, and Purchase Decision