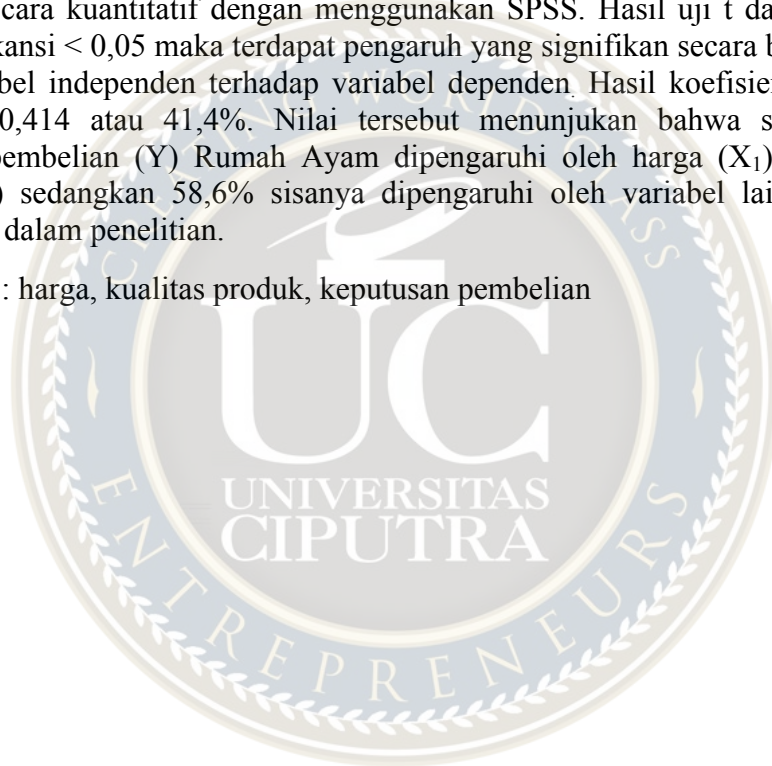


ABSTRAK
“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH AYAM”

Latar belakang penelitian ini berdasarkan survey dari konsumen Rumah Ayam atas harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor harga dan faktor kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Rumah Ayam. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, yang mengambil semua populasi yaitu 78 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan dari hasil atau jawaban kuesioner yang di bagikan kepada konsumen yang telah dipilih oleh peneliti, data yang digunakan adalah data konsumen yang pernah membeli produk Rumah Ayam lebih dari 1 kali. Data dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan SPSS. Hasil uji t dan F memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,414 atau 41,4%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sekitar 41,4% keputusan pembelian (Y) Rumah Ayam dipengaruhi oleh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) sedangkan 58,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, keputusan pembelian



ABSTRACT

The Influence of Price and Product Quality on the Consumer Purchase Decision of *Rumah Ayam*

This research is based on a consumer survey of *Rumah Ayam* regarding the aspects of price, product quality, and consumer purchase decision. The purpose of this study is to determine the influence of price and product quality on the consumer purchase decision of *Rumah Ayam*. This study uses saturated sampling technique, which means all 78 members of the population are selected as research samples. Research data are obtained from questionnaires distributed to *Rumah Ayam* consumers who purchased more than once. The research data are then analyzed quantitatively using SPSS software. The t test and F test results indicate a significance value of <0.05 , which means that the independent variables significantly influence the dependent variable. Additionally, the coefficient of determination (R^2) is shown at 0.414 or 41.4%. This means that 41.4% of the Consumer Purchase Decision (Y) in *Rumah Ayam* is influenced by Price (X_1) and Product Quality (X_2), while the remaining 58.6% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: *Price, Product quality, Consumer purchase decision*

