

ABSTRAK

Hardianto (15510257) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Pupuk Tanaman Pada CV. Anugrah Jaya Medan

Tujuan utama dari program keputusan pembelian konsumen untuk membangun hubungan dengan pelanggan sehingga mereka menjadi pelanggan setia bagi perusahaan dalam jangka panjang. Oleh sebab itu, program keputusan pembelian konsumen saat ini menjadi suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen atau calon konsumennya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV. Anugrah Jaya Medan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan alat uji korelasi *product moment* dan korelasi berganda tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan *software* statistik SPSS. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,637 > 1,66$) (Sig 0.001 < $\alpha 0.05$). Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi Produk berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,555 > 1,66$) (Sig 0.000 < $\alpha 0.05$). Berdasarkan hasil uji F diatas diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar ($17,678 > 3,13$) (Sig. 0.000 < $\alpha 0.05$). Hasil penelitian ini diperoleh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik harga semakin baik menimbulkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Begitu juga dengan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya dengan mengenal produk perusahaan konsumen tersebut menikmati produk tersebut karena kualitas. Selanjutnya harga dan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya dengan bersama-sama harga dan produk berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Produk, Keputusan Pembelian