

ABSTRAK

Koperasi memiliki potensi yang sangat besar untuk mendukung perekonomian rakyat, masih banyak masyarakat yang belum memahami sepenuhnya terhadap peran koperasi dan menganggapnya sebagai lembaga keuangan biasa. Selain itu pentingnya inovasi produk dan citra merek menjadi faktor kunci dalam menarik minat konsumen dan memenangkan persaingan dipasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Produk (X1) dan citra perusahaan (X2) secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian (Y) pada Koperasi Simpan Pinjam di KP-RI “Serba usaha” Kabupaten Sumenep. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 70 responden yang dipilih secara acak sederhana (simple random sampling) dari populasi finite anggota sebanyak 216 orang. Data primer diperoleh melalui kuesioner dan di analisis menggunakan regresi linear berganda dengan software SPSS 25. Data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu, data administratif Dinas Koperasi Kabupaten Sumenep, dan buku Rapat Anggota Tahunan (RAT) KPRI “Serba Usaha”. Analisis yang dilakukan meliputi uji instrumen data (validitas dan reliabilitas), asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan secara simultan variabel produk dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sejumlah 50,0% keputusan pembelian anggota dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut sedangkan sisanya sejumlah 50,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci; Produk, Citra Perusahaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Cooperatives have enormous potential to support the people's economy, there are still many people who do not fully understand the role of cooperatives and consider them to be ordinary financial institutions. Apart from that, the importance of product innovation and brand image are key factors in attracting consumer interest and winning market competition.

This research aims to analyze the influence of product (X1) and company image (X2) simultaneously and partially on purchasing decisions (Y) at the Savings and Loans Cooperative at KP-RI "Serba Usaha" Sumenep Regency. This research used a quantitative approach involving 70 respondents selected at simple random (simple random sampling) from a finite member population of 216 people. Primary data was obtained through a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 25 software. Secondary data was obtained from previous research, administrative data from the Sumenep Regency Cooperative Service, and the KPRI Annual Member Meeting (RAT) book "Serba Usaha". The analysis carried out includes data instrument testing (validity and reliability), classical assumptions, multiple regression analysis, and hypothesis testing. The results of this research show that partially the product and company image variables have a positive and significant effect on purchasing decisions and simultaneously the product variables and company image have a significant effect on purchasing decisions. The results of the analysis of the coefficient of determination show that 50.0% of members' purchasing decisions are influenced by these two variables, while the remaining 50.0% is influenced by other variables not examined in this research.

Keywords; Products, Company Image, Purchase Decisions