

ABSTRACT

FATHOR ROSI "The Effect of Price and Product Quality on Decision of Buying Sarong Samarinda" (A Study on store customers of sarong Abu Ulfa of Sampang District) *Under The Guidance* Fathor AS.SE., M.M. and Yudhi Prasetya Mada, SE., M.M.

The price and the quality of product were the main key to win a competition, which led to higher satisfaction to the consumer at the end. Before buying product, the consumers would consider the price and the quality of the product. And then the customer would make a decision about buying the sarong or not. This also applies to the products of sarong samarinda. The variables of the study were price and product quality.

The purpose of this study was (1) to determine the price variables have a significant influence on buying sarong Samarinda, (2) to determine the product quality variables have a significant influence on buying sarong Samarinda, (3) to determine the variables of price and quality products simultaneously and significantly affect on buying sarong Samarinda, (4) to determine which variables are the most dominan on buying sarong Samarinda

This research uses quantitative approach. The sample taking method by using purposive sampling method with 97 respondents. The data analyzing method used in this study are validity test, reliability test, normality test, multikolonearity test, heteroskedastisity test, multiple linier regrestion, determination coefficient, t-test, and F test.

The result showed that the value of *adjusted R Square* is 0.715 meant the influence of independent variables on the dependent variables was 71,5%, while the remaining values was 28.5%, meant that the values was influenced by other variables that werenot examined in this study. Based on the F-test, the price and quality product simultaneously influence to customers on buying product sarong Samarinda significantly. Based on the t-test, the price and quality product had a significant effect on the dependent variable partially. The dominant variable was the price.

Keywords: Price, product quality and purchasing decisions.

ABSTRAK

FATHOR ROSI, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Samarinda (Studi Pada Pelanggan Toko Sarung Abu Ulfa di Kabupaten Sampang)". Dibawah bimbingan Fathor AS. SE., M.M. dan Yudhi Prasetya Mada, SE., M.M.

Harga dan kualitas produk merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang mana pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Setiap akan melakukan pembelian, konsumen melakukan evaluasi terhadap sebuah harga dan kualitas produk, kemudian konsumen akan dapat mengambil keputusan dalam pembelian. Hal ini berlaku juga pada produk sarung Samarinda. Variabel yang digunakan terdiri dari harga dan kualitas produk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sarung Samarinda, (2) untuk mengetahui variabel kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sarung Samarinda, (3) Untuk mengetahui variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sarung Samarinda dan (4) untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sarung Samarinda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebesar 97 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, Uji F, dan Uji T.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *adjusted R square* sebesar 0,715 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 71,5% sedangkan sisanya 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji F Harga dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sarung Samarinda, Berdasarkan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel harga.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk dan keputusan pembelian.