

ABSTRAK

Nufiyatul Adewiyeh, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Halwa Bouquet Di Klampis , Nirma Kurriwati

Pada era globalisasi yang serba cepat ini, minat masyarakat untuk membuka bisnis semakin meningkat sebagai alternatif sumber penghasilan yang menjanjikan. Dalam konteks ini, strategi pemasaran memegang peran yang sangat penting sebagai kunci kesuksesan sebuah bisnis. Salah satu contohnya adalah Halwa Bouquet, sebuah usaha yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan berbagai jenis buket sesuai dengan permintaan pelanggan. Namun, seperti bisnis lainnya, Halwa Bouquet dihadapkan pada persaingan yang ketat dan tantangan dalam menetapkan harga yang sesuai dengan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian baik secara parsial maupun simultan. Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan Halwa Bouquet. Dalam penelitian ini, Kualitas Produk dan Harga dijadikan sebagai variabel bebas, sementara Keputusan Pembelian menjadi variabel terikat. Metode analisis yang digunakan adalah Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) dengan serangkaian uji seperti Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Selain itu, dilakukan juga analisis data dan uji hipotesis untuk mendapatkan hasil yang akurat. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 97 responden yang merupakan pengguna produk Halwa Bouquet. Mayoritas responden memberikan jawaban "setuju" dalam kuesioner, yang menunjukkan bahwa mereka puas dengan kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Dari analisis data, dapat disimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial, Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan Halwa Bouquet. Temuan ini menegaskan pentingnya kualitas produk yang baik dan penetapan harga yang tepat dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nufiyatul Adewiyeh, *The Influence of Product Quality and Price on Halwa Bouquet Purchase Decision*, Nirma Kurriwati

In this era of fast-paced globalization, people's interest in opening a business is increasing as a promising alternative source of income. In this context, marketing strategy plays a very important role as the key to the success of a business. One example is Halwa Bouquet, a business that is engaged in making and selling various types of bouquets according to customer requests. However, like any other business, Halwa Bouquet is faced with stiff competition and challenges in setting prices that suit the market. This research aims to examine the influence of product quality and price on purchasing decisions, both partially and simultaneously. Using quantitative research methods, data was collected through questionnaires distributed to Halwa Bouquet customers. In this research, Product Quality and Price are used as independent variables, while Purchasing Decisions are the dependent variable. The analysis method used is the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) with a series of tests such as Validity Test and Reliability Test. Apart from that, data analysis and hypothesis testing were also carried out to get accurate results. Based on the research results, there were 97 respondents who were users of Halwa Bouquet products. The majority of respondents gave "agree" answers in the questionnaire, indicating that they were satisfied with the quality of the products and the prices offered. From data analysis, it can be concluded that either simultaneously or partially, product quality and price have a significant influence on Halwa Bouquet customers' purchasing decisions. These findings emphasize the importance of good product quality and setting the right price in attracting and retaining customers amidst increasingly fierce business competition.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision