

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Mercu Buana jurusan Manajemen yang pernah berkunjung ke Dunkin' Donuts. Penelitian ini dilakukan terhadap 84 responden dengan menggunakan metode *Sampling Convenience*. Karena itu, Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda, aplikasi yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel Kualitas Produk, dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Dunkin' Donuts. Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari kedua variabel tersebut, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, dan variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas produk, Persepsi harga dan Keputusan pembelian.



Abstract

This research aims to know the influence of Product Quality and price perception on Purchase Decision. The population of this research is Mercu Buana student of majority management who have visited Dunkin' Donuts . This research was done to 84 respondents by using method sampling Convenience. Thus, data analysis which used is statistic analysis in the form of SPSS version 21.

The result of this research shows that there is significant affection between variable of Product Quality on Purchase Decision, and Price perception on Purchase Decision. Both variable independents simultaneously affect the variabel of Purchase Decision.

Keywords: Quality product, Price perception, Purchase decision

