

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Agnesh Kurnia Pratama Putri
Universitas Sanata Dharma
2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen *brand H&M*; (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *brand H&M*; (3) pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen *brand H&M*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan adalah data primer yang dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner. Sampel sejumlah 100, diambil dengan teknik *accidental sampling*. Data dianalisis dengan uji *Chi-Square*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai *Chi-Square* sebesar 2,532 dan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* sebesar 0,112; (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai *Chi-Square* sebesar 31,014 dan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* sebesar 0,000; (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian dengan nilai *Chi-Square* sebesar 63,846 dan nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* sebesar 0,000.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Desain Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECTS OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT DESIGN ON PURCHASING DECISIONS

Agnesh Kurnia Pratama Putri
Sanata Dharma University
2020

The purpose of this study was to determine: (1) the effect of prices on consumer H&M brand purchasing decisions; (2) the effect of product quality on consumer purchasing decisions for H&M brand; (3) the effect of product design on H&M brand consumer purchasing decisions.

This research is quantitative research. The collected data were primary data which were collected by questionnaires. The data were taken from 100 samples, selected by accidental sampling technique. The data were analyzed by Chi-Square test.

The results showed that: (1) there was no positive and significant effect of price on purchasing decisions with a Chi-Square value 2.532 and Asymp. Sig. value (2-sided) 0.112; (2) there was a positive and significant influence of product quality on purchasing decisions with a Chi-Square value 31,014 and Asymp. Sig. value (2-sided) 0.000; and (3) there was a positive and significant influence of product design on purchasing decisions with a Chi-Square value 63.846 and Asymp. Sig. value (2-sided) 0.000.

Keywords: Price, Product Quality, Product Design and Purchasing Decision