

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa jilid 402 Kedungmundu Semarang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan populasi konsumen kopi janji jiwa jilid 402 Kedungmundu Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen kopi janji jiwa jilid 402 Kedungmundu Semarang. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji hipotesis (regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji determinasi). Berdasarkan hasil perhitungan aplikasi statistik SPSS uji t, menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara bersama-sama kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and service quality on the purchasing decision of Janji Jiwa coffee volume 402 Kedungmundu Semarang. This type of research is quantitative, with a population of coffee consumers of the promise of soul volume 402 Kedungmundu Semarang. The sample used in this study was 100 coffee consumers of promised soul volume 402 Kedungmundu Semarang. Analysis of the data used in this study by conducting instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests), hypothesis testing (multiple linear regression, t-test, f-test and determination test). Based on the calculation results of the SPSS t-test statistical application, it shows that product quality has a significant positive effect on purchasing decisions, price has a significant positive effect on purchasing decisions and service quality has a significant positive effect on purchasing decisions. But together product quality, price and service quality have a positive and significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Purchase Decision