

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Mie Pedas Marapi Tiku, Kabupaten Agam. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner dengan populasi tidak diketahui dan sampel 100 responden yang di dapatkan dari Lemeshow. Metode analisis yang digunakan adalah SmartPLS V.3.2.9 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian ini yang didapatkan adalah terdapat pengaruh adanya dampak positif harga atas kepercayaan konsumen, adanya dampak negatif serta tidak signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, adanya dampak positif antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, adanya dampak positif serta signifikan antara kualitas produk atas kepercayaan konsumen, adanya dampak negatif serta tidak signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian, adanya dampak negatif dan tidak signifikan antara harga atas kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian, adanya dampak positif serta signifikan atas kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Kepercayaan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence price and product quality have on purchasing decisions in increasing consumer confidence as an intervening variable at Marapi Tiku Spicy Mie Café, Agam Regency. The data collection method is through surveys and distributing questionnaires with an unknown population and a sample of 100 respondents obtained from Lemeshow. The analytical method used is SmartPLS V.3.2.9 with the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method. The results of this study obtained are that there is a positive impact of price on consumer confidence, there is a negative and insignificant impact between price on purchasing decisions, there is a positive impact between consumer confidence on purchasing decisions, there is a positive and significant impact between product quality on consumer trust, there is a negative and insignificant impact between product quality on purchasing decisions, there is a negative and insignificant impact between price on consumer confidence in purchasing decisions, there is a positive and significant impact on product quality on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision, Consumer Trust