

ABSTRAK

Rezyana Berlian, No.BP 16101155310222, Manajemen (2020), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kopi Solok Rajo Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok), dibawah bimbingan Ibu Dr. Lusiana, SE, MM dan Ibu Della Asmaria Putri, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Kopi Solok Rajo Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel Independen yaitu Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dan satu variabel Dependent Keputusan Pembelian serta Harga sebagai variabel intervening. Metode analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi berganda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Pelanggan Kopi Solok Rajo Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: (a) Bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (b) Bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. (c) Bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (d) Bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap harga. (e) Bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap harga. (f) Bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui harga sebagai variabel intervening. (g) Bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian melalui harga.

Akhirnya penulis menyarankan kepada pelanggan Kopi Solok Rajo Nagari Air Dingin Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan serta menurunkan harga produk.

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