

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada konsumen toko Elizabeth di Yogyakarta). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di toko Elizabeth Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Alat analisis menggunakan *software* SPSS 16. Pada penelitian ini menemukan bahwa: 1) Kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 ; 2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai koefisien variabel harga sebesar 0,403 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 ; 3) Keterjangkauan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai koefisien variabel harga sebesar 0,282 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 ; 4) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dimana nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,162 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,058

Kata Kunci: Kualitas produk, keterjangkauan harga, kualitas pelayanan

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of product quality, affordability price and service quality on consumer purchasing decisions (Study at the consumer in the store Elizabeth Yogyakarta). The population in this research is that consumers who ever bought in a store Elizabeth Yogyakarta. The sampling method used in this research is purposive sampling. The data analysis using classical assumption test includes multicollinearity test, heteroscedasticity test, and test for normality. Hypothesis testing using multiple regression analysis. The analysis tool using SPSS 16 software. In the study found that: 1) Product quality, affordability price and service quality simultaneously significant effect on purchasing decisions and has a significant value of 0,000 ; 2) product quality has a positive and significant impact on purchasing decisions which the value of the variable coefficient of 0,403 and has a significant value of 0,000 ; 3) affordability price has a positive and significant influence on purchasing decisions which the value of the variabel coefficient price of 0,282 and has a significant value of 0,000 ; 4) service quality no significant effect on purchasing decisions in which the value of coefficient of 0,162 and has significant value of 0,058.

Keywords : Product Quality, Affordability Price, Service Quality