

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS PORANG FUKUMI DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Sofiyatul Azkiyah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian beras porang merek Fukumi di Kota Bandar Lampung. Beras porang Fukumi merupakan produk alternatif yang tengah diminati konsumen karena manfaat kesehatannya, khususnya bagi pelaku diet dan penderita diabetes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden yang pernah membeli beras Fukumi. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh sebesar 54,1% dan harga berpengaruh sebesar 57% terhadap keputusan pembelian. Nilai Adjusted R² sebesar 0,567 menunjukkan bahwa 56,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Temuan ini menegaskan pentingnya perusahaan untuk menjaga kualitas dan menetapkan harga yang sepadan dengan manfaat produk guna meningkatkan daya saing di pasar.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF FUKUMI PORANG RICE IN BANDAR LAMPUNG

By

Sofiyatul Azkiyah

This study aims to analyze the influence of product quality and price on purchasing decisions of Fukumi brand porang rice in Bandar Lampung City. Fukumi porang rice is an alternative product that has gained popularity among health-conscious consumers, especially those following a diet or managing diabetes. This research employed a quantitative approach using survey methods through questionnaires distributed to 150 respondents who had purchased Fukumi rice. Data analysis used was multiple linear regression. The results indicate that both product quality and price significantly affect purchasing decisions. The regression coefficients show that product quality contributes 54.1% and price contributes 57% to the purchasing decision. The Adjusted R² value of 0.567 indicates that 56.7% of the variation in purchasing decisions can be explained by product quality and price, while the remaining 43.3% is influenced by other unexamined factors. These findings highlight the importance for companies to maintain product quality and set prices aligned with the perceived benefits to enhance market competitiveness.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision.