

ABSTRAK

Zulkhairi, NIM 7163210079. Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Telur Ayam di Desa Hessa Air Genting Kabupaten Asahan. Skripsi, Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian telur ayam di Desa Hessa Air Genting Kabupaten Asahan. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 97 responden sebagai sampel dengan menggunakan skala Likert. Data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh $Y = 0,84 + 0,698X_1 + 0,441X_2 + e$. Hal ini berarti nilai konstanta sebesar 0,84, ini menunjukkan bahwa apabila kualitas produk dan harga diabaikan, maka keputusan pembelian telur ayam yang didapat sebesar 0,84. Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,441, artinya setiap peningkatan harga 1 satuan, maka akan di ikuti peningkatan keputusan pembelian telur ayam sebesar 0,236. Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,698, artinya setiap peningkatan kualitas 1 satuan, maka akan di ikuti peningkatan keputusan pembelian telur ayam sebesar 0,441. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian telur ayam di Desa Hessa Air Genting Kabupaten Asahan.

Kata kunci: Kualitas, Harga dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

Zulkhairi, NIM 7163210079. The Effect of Quality and price To Purchase Decision Chicken Eggs at Hessa Air Genting Village Asahan District. Thesis, Departement of Manajemen, Manajemen Study Program, Faculty Of Econimics, Medan State University 2016.

The purpose of this study was to determine the influence of price and product quality on purchasing decisions for chicken eggs in Hessa Village, Air Genting Asahan District. Data obtained from distributing questionnaires to 97 respondents as a sample using a Likert Scale. The data is processed and analyzed using multiple linear regression.

The data is using multiple linear regression $Y = 0.84 + 0.698X_1 + 0.441X_2 + e$. This means that the constant value is 0.84, this indicates that if the product quality and price are ignored, the decision to buy chicken eggs is 0.84. The regression coefficient of the price variable is 0.441, meaning that for every 1 unit price increase, an increase in the purchase decision for chicken eggs will be followed by 0.236. The regression coefficient of the product quality variable is 0.698, meaning that for every 1 unit quality increase, an increase in chicken egg purchasing decisions will be followed by 0.441. The result of this research is that product quality and price have a significant effect on the decision to purchase chicken eggs in Hessa Air Genting Village, Asahan Regency.

Keyword: quality, price, and purchase decision

