

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RICHEESE FACTORY MAJALENGKA

Siti Rubaiatul Latifah¹, Krisna Mutiara Wati²

INTISARI

Latar Belakang : Perusahaan makanan cepat saji telah mendapatkan banyak popularitas di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Restoran makanan siap saji telah menjadi pilihan populer dikalangan masyarakat, karena kenyamanan dan kecepatannya untuk memenuhi kebutuhan. Salah satunya yaitu Richeese Factory yang terus berkembang serta semakin populer diberbagai kota besar Indonesia. Salah satunya yaitu di kabupaten Majalengka.

Tujuan Penelitian : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka.

Metode Penelitian : Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik penentuan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik survei sebanyak 108 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan alat bantu pengujian yaitu *Software SPSS Versi 25.0*.

Hasil : Hasil pada penelitian ini terdapat indikator yang sangat berpengaruh pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga pada keputusan pembelian yaitu tampilan, inovasi produk, jaminan, bukti fisik, dan kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kesimpulan : Kesimpulannya variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian Richeese Factory Majalengka.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

¹ Mahasiswa Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Dosen Manajemen (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASING DECISIONS AT RICHEESE FACTORY MAJALENGKA

Siti Rubaiatul Latifah¹, Krisna Mutiara Wati²

ABSTRACT

Background : Fast food companies have gained a lot of popularity in Indonesia in recent years. Fast food restaurants have become a popular choice among the public, because of their convenience and speed to meet their needs. One of them is the Richeese Factory which continues to grow and is increasingly popular in various big cities in Indonesia. One of them is in Majalengka district.

Objective : This research aims to determine the influence of product quality, service quality and price perception on purchasing decisions at Richeese Factory Majalengka.

Method : This research is quantitative research using non-probability sampling techniques with a purposive sampling method. Data collection techniques used survey techniques for 108 respondents. Data analysis in this study used testing tools, namely SPSS Software Version 25.0.

Results : The results of this research show indicators that greatly influence the variables of product quality, service quality and price perception on purchasing decisions, namely appearance, product innovation, guarantee, physical evidence, and suitability of price to product quality.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Price Perception, Purchasing Decisions

¹ Management Student (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

² Management Lecturer (S-1) Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta