

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUSAHAAN PRAMARTA FURNITURE

ABSTRAK

Industri mebel merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang di Indonesia. Kebutuhan akan produk-produk dari industri mebel terus meningkat karena sektor industri ini memberikan desain interior serta nilai artistik yang dapat memberikan kenyamanan sehingga dapat menunjang berbagai aktifitas. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk, persepsi harga, dan desain produk. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada perusahaan Pramarta Furniture.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pramarta Furniture yang berjumlah 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Hair, dengan ukuran sampel ideal dan representatif tergantung pada jumlah item pernyataan pada indikator penelitian dikalikan 5-10. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pramarta Furniture (Y). Persepsi harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pramarta Furniture (Y). Desain produk (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pramarta Furniture (Y).

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, desain produk, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The furniture industry is one of the industrial sectors that continues to grow in Indonesia. The need for products from the furniture industry continues to increase because this industrial sector provides interior design and artistic value that can provide comfort so that it can support various activities. Factors that influence purchasing decisions are product quality, perceived price, and product design. The purpose of this study is to analyze and explain the effect of product quality, price perceptions, and product design on purchasing decisions at Pramarta Furniture company. The population in this study were all Pramarta Furniture consumers, totaling 100 consumers. The sampling technique in this study used the Hair formula, with an ideal and representative sample size depending on the number of statement items on the research indicators multiplied by 5-10. Data collection methods used are documentation and questionnaires. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results showed that product quality (X1) had a positive and significant effect on purchasing decisions at Pramarta Furniture (Y). Perceived price (X2) has a positive and significant effect on purchasing decisions at Pramarta Furniture (Y). Product design (X3) has a positive and significant effect on purchasing decisions at Pramarta Furniture (Y).

Keywords: *product quality, price perception, product design, and purchasing decisions.*

