

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Garansi seumur hidup terhadap Pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk Tupperware di PT Alamanda Delta Surya dengan pendekatan kuantitatif dan sampel sebanyak 129 orang responden yang merupakan anggota aktif di PT Alamanda Delta Surya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, sedangkan analisis (analisis jalur) dengan software SPSS 22. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai t hitung sebesar 7.019 > ttabel sebesar 1.978. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Variabel Kualitas Produk (X2) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai thitung sebesar 8,404 > ttabel sebesar 1,97852. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Variabel Garansi Seumur Hidup (X3) tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Tupperware PT. Alamanda Delta Surya dengan nilai thitung sebesar 8,404 > ttabel sebesar 1,97852. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Nilai uji F dengan variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2), dan Garansi seumur hidup (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian Fhitung sebesar 254.512 dengan nilai signifikansi 0.000, dalam penelitian ini Fhitung > Ftabel = 254.512 > 2.68 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Hasil *Beta Standardized Coefficients* variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan Garansi seumur hidup (X3), variabel yang mempunyai pengaruh dominan atau paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah variabel Kualitas Produk (X2) dengan nilai *Beta Standardized Coefficients* paling tinggi sebesar 0.592.

Kata kunci: Harga, Kualitas produk, Garansi seumur hidup

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality and lifetime warranty on consumer decision making in purchasing Tupperware products at PT Alamanda Delta Surya with a quantitative approach and a sample of 129 respondents who are active members at PT Alamanda Delta Surya. The sampling technique used in this study is Probability Sampling, while analysis (path analysis) with SPSS 22 software. After testing the proposed hypothesis, the results of this study indicate that the variable Price (X1) has a partial influence on Purchase Decisions (X1). Y) at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with t value of 7,019 > ttable of 1,978. With a significance value of 0.000 < 0.05. Product Quality Variable (X2) has no partial effect on Purchase Decision (Y) at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with tcount of 8.404 > ttable of 1.97852. With a significance value of 0.000 > 0.05. Lifetime Warranty Variable (X3) has no partial effect on Purchase Decision (Y) at Tupperware PT. Alamanda Delta Surya with tcount of 8.404 > ttable of 1.97852. With a significance value of 0.000 > 0.05. The value of the F test with the variables Price (X1), Product quality (X2), and Lifetime Guarantee (X3) have a simultaneous effect on purchasing decisions Fcount of 254.512 with a significance value of 0.000, in this study Fcount > Ftable = 254.512 > 2.68 and the significance value 0.000 < 0.05. The results of the Beta Standardized Coefficients variable Price (X1), Product quality (X2) and Lifetime Guarantee (X3), the variable that has the dominant or most influential influence on purchasing decisions (Y) is the Product Quality variable (X2) with the highest Beta Standardized Coefficients high of 0.592.

Keywords: Price, Product quality, Lifetime guarantee