

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan agar para pemasar mengetahui bahwa ada stimulus sederhana yang dapat dikembangkan untuk dapat meraih hati para konsumen untuk membeli di Toko Rinjaya Sidoarjo, yakni tentang Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Di Toko Rinjaya Sidoarjo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung atau membeli di Toko Rinjaya Sidoarjo yang berjumlah 90 orang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisa jalur. Instrumen kuesioner digunakan sebagai pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan teknik sampling, alat uji yang digunakan untuk pengolahan data menggunakan software SPSS versi 26. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis, maka perlu dilakukan dengan beberapa pengujian diantaranya uji validitas yang hasilnya semua valid, uji reabilitas yang hasilnya semua reliable, uji normalitas yang hasilnya memenuhi asumsi normalitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas yang hasilnya terbebas dari gejala multikolinieritas dan uji heterokedasitas hasilnya lolos uji heterokedasitas. Diperoleh nilai koefisien regresi, variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan uji t hitung sebesar $1,993 > 1,987$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan uji t hitung sebesar $4,774 > 1,987$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel keputusan pembelian berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan uji t hitung sebesar

2,882 > 1,987 dan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya ada pengaruh antara keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen. Untuk variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan uji t hitung sebesar 1,260 < 1,987 dan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya ada pengaruh antara harga terhadap loyalitas konsumen. Dan untuk variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan uji t hitung sebesar 2,922 > 1,987 dan nilai signifikansi > 0,05 yang artinya ada pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pada tiap-tiap variabel, variabel independent adalah harga dan kualitas produk, variabel intervening adalah keputusan pembelian dan variabel dependent adalah loyalitas konsumen.

Keywords : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research is intended for marketers to know that there is a simple stimulus that can be developed to be able to win the hearts of consumers to buy at the Rinjaya Sidoarjo Store, namely about the influence of products and prices on purchasing decisions and the impact on consumer loyalty at the Rinjaya Sidoarjo store. This research was conducted using a quantitative approach, namely, research that focuses on testing hypotheses using statistical analysis tools and producing conclusions that can be generalized. The sample in this study were consumers who had visited or bought at the Rinjaya Store, Sidoarjo, amounting to 90 people. This research was conducted using path analysis. The questionnaire instrument was used as data collection. This study uses a sampling technique, the test equipment used for data processing using SPSS version 26 software. After testing the hypothesis, it is necessary to do with several tests including validity test which results are all valid, reliability test which results are all reliable, normality test which results meet the normality assumption, the classical assumption test consists of a multicollinearity test whose results are free from multicollinearity symptoms and a heteroscedasticity test whose results pass the heteroscedasticity test. The regression coefficient value is obtained, the price variable affects purchasing decisions with a t-test of $1.993 > 1.987$ and a significance value of > 0.05 , which means that there is an influence between price on purchasing decisions. For product quality variables affect purchasing decisions with a t-test of $4.774 > 1.987$ and a significance value > 0.05 , which means that there is an influence between product quality on purchasing decisions. For the purchase decision variable has an effect on consumer loyalty with a t-test of $2.882 > 1.987$ and a significance value of > 0.05 , which means that there is an influence between purchasing decisions on consumer loyalty. The price variable has an effect on consumer loyalty with a t-test

of 1.260 <1.987 and a significance value of >0.05, which means that there is an influence between price on consumer loyalty. And for the product quality variable has an effect on consumer loyalty with a t-test of 2,922>1,987 and a significance value> 0.05, which means that there is an influence between product quality on consumer loyalty. The results of the analysis of this study show that price has a significant effect on purchasing decisions, product quality significant effect on purchasing decisions, purchasing decisions have a significant effect on consumer loyalty, price has a significant effect on consumer loyalty and product quality has a significant effect on consumer loyalty. In each variable, the independent variable is the price and product quality, the intervening variable is the purchase decision and the dependent variable is consumer loyalty.

Keywords : Product Quality, Price, Purchase Decision, Consumer Loyalty