

SARI

Ratna Apri Astuti. 2009. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telkom Flexi Trendy di Ungaran Kabupaten Semarang Tahun 2008. Program Studi Manajemen Pemasaran S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. 77 h

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Mengetahui proses keputusan pembelian akan membantu pemasar untuk menyesuaikan program pemasaran. Banyaknya produk telpon baik GSM maupun CDMA menjadikan PT. Telkom meluncurkan Telkom Flexi dengan harga yang relatif murah dan produk yang bersaing. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan apakah harga dan kualitas produk baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian. Populasi adalah pelanggan Telkom Flexi sebanyak 1287 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 orang dengan menggunakan *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Sedangkan analisis data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan uji validitas diperoleh nilai r hitung untuk masing-masing butir pertanyaan yang memiliki nilai lebih besar dari r tabel. Demikian halnya dengan Cronbach Alpha juga diperoleh nilai yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian angket dinyatakan valid dan reliabel. Hasil analisis dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi $Y = 0,410 + 0,753 X_1 + 0,538 X_2 + e$. Berdasarkan nilai signifikansi variabel harga yang diperoleh berdasarkan hasil uji SPSS sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut berada di bawah signifikansi 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Demikian pula dengan nilai signifikansi yang diperoleh untuk variabel kualitas produk sebesar 0,000, yang berada di bawah signifikansi 0,05, sehingga dapat dikatakan ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pengujian secara simultan diperoleh nilai signifikansi untuk F hitung sebesar 0,000, berada di bawah signifikansi 0,05, sehingga dapat dinyatakan ada pengaruh harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Sedangkan jika dilihat dari nilai seberapa besar pengaruh kedua variabel terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 88,1%, yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk sebesar 88,1% saja, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.