

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, fitur produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian produk Lovina Bed studi pada konsumen PT Mega Andalan Kalasan yang telah membeli produk Lovina Bed. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 50 responden perwakilan dari rumah sakit yang telah membeli produk Lovina Bed pada periode Mei 2019 hingga Juni 2020. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey (*survey research*). Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t, uji F dengan bantuan SPSS versi 26.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian fitur produk tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Serta desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Tingkat signifikan dari desain produk adalah sebesar $(0.013) < 0,05$. Berikutnya harga tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Kualitas produk, fitur produk, desain produk, dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dengan tingkat signifikan $(0,003) < 0,05$. Dari uji determinasi diketahui bahwa besarnya variabel kualitas produk, fitur produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar sebesar 0,232 atau 23,2%. Artinya pengaruh kualitas produk, fitur produk, desain produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 23,2% sedangkan sisanya sebesar 76,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dapat diketahui bahwa nilai koefisien Beta sebesar 0,373 ditunjukkan pada variabel desain produk. Dengan demikian membuktikan bahwa desain produk mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Fitur Produk, Desain Produk, Harga, keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, product features, product design, and price on purchasing decisions for Lovina Bed. Study of consumers Mega Andalan Kalasan, PT who have purchased Lovina Bed products. The research methodology used is a quantitative approach. The sample used was 50 representative respondents from hospitals who had purchased Lovina Bed products in the period May 2019 to June 2020. The type of research carried out was survey research. The data analysis used in this study is multiple linear regression test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, multiple correlation, coefficient of determination (R²), t test, F test with the help of the SPSS version. 26.

The results of research conducted indicate that product quality does not have a significant positive effect on purchasing decisions. Then the product features have no effect on purchasing decisions. And product design has a significant positive effect on purchasing decisions. The significant level of the product design is (0.013) <0.05. Following this the price has no effect on purchasing decisions. Product quality, product features, product design, and price simultaneously have a significant positive effect on purchasing decisions with a significant level (0.003) <0.05. From the determination test, it is known that the magnitude of the variable product quality, product features, product design, and price on purchasing decisions is 0.232 or 23.2%. This means that the effect of product quality, product features, product design, and price on purchasing decisions is 23.2% while the remaining 76.8% is influenced by other variables outside of this study. It can be seen that the Beta coefficient value of 0.373 is shown in the product design variable. Thus proving that product design has the most dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Product Features, Product Design, Price, Purchase Decision.