

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Product Involvement, Product Knowledge, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peony Ecohouse Bulkstore Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang pernah membeli produk Peony Ecohouse Bulkstore lebih dari satu kali. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei dengan instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner. Hasil Uji Instrumen menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Pada Uji Asumsi Klasik dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan menghasilkan model regresi yang bebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Data dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) Product Involvement berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peony Ecohouse Bulkstore, (2) Product Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peony Ecohouse Bulkstore, (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Peony Ecohouse Bulkstore. Hasil ini membawa implikasi bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji perilaku konsumen pada produk-produk ramah lingkungan. Temuan penelitian ini membawa implikasi bagi Peony Ecohouse Bulkstore untuk merumuskan strategi yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Product Involvement, Product Knowledge, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Product Involvement, Product Knowledge, and Product Quality on Peony Ecohouse Bulkstore Consumer Purchasing Decisions. The sample in this study consisted of 100 respondents who had bought Peony Ecohouse Bulkstore product more than once. Determination of the sample using purposive sampling. The data collection technique used was a survey method with questionnaire as research instrument. The results of the instrument test stated that the data in this study proved to be valid and reliable. In the Classical Assumption Test, it is stated that the data in this study are normally distributed and produce a regression model that is free from multicollinearity and heteroscedasticity. The data was analyzed using multiple regression method. The results of this study prove that: (1) Product Involvement has a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions on Peony Ecohouse Bulkstore products, (2) Product Knowledge has a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions on Peony Ecohouse Bulkstore products, (3) Product Quality has a positive and significant effect on Consumer Purchasing Decisions on Peony Ecohouse Bulkstore products. These results have implications for future researchers to study consumer behavior in a variety of green living products. The findings of this study have implications for Peony Ecohouse Bulkstore to formulate strategies in order to be able to influence consumer purchasing decisions.

Key words: Product Involvement, Product Knowledge, Product Quality, Consumer Purchase Decision