

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kesehatan Herbal di Tulungagung” ini ditulis oleh Iqfania Umi Lahifah, NIM. 12402193087, Pembimbing Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.,

Pada perkembangan bisnis kesehatan di Indonesia sangat menjanjikan, sehingga dunia persaingan dipasar juga semakin tinggi. Perusahaan juga dituntut untuk memahami keinginan, kebutuhan dan sikap konsumen yang terjadi di sekitar kita, hal itu menjadi modal dalam penyusunan strategi untuk mencapai target perusahaan dan dapat mempertahankan pesaing dengan kualitas produk yang terbaik. Dalam hal ini kualitas, persepsi harga maupun sikap konsumen memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan sikap konsumen secara simultan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kesehatan di Tulungagung; (2) pengaruh persepsi harga secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan herbal di Tulungagung; (3) pengaruh sikap konsumen secara parsial yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kesehatan herbal di Tulungagung; (4) pengaruh kualitas produk secara parsial yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan herbal di Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk Herbalife di Tulungagung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nonprobability Sampling yang menggunakan Purposive Sampling. Berdasarkan hasil perhitungan ditentukan Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Sikap Konsumen secara simultan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kesehatan Herbal di Tulungagung, (2) Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbal di Tulungagung, (3) Sikap Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbal di Tulungagung, (4) Kualitas Produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbal di Tulungagung. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,464 atau 46,4%. Hal ini berarti 46,4% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, persepsi harga, dan sikap konsumen, sedangkan sisanya yaitu 53,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Encryption with the title "Effect of Product Quality, Price Perception, and Consumer Attitudes Towards Decision on Purchasing Herbal Health Products in Tulungagung," written by Iqfania Umi Lathifah, NIM. 12402193087, Supervisor Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

The development of the health business in Indonesia is very promising, so the level of competition is also increasing. Companies are also required to understand the desires, needs, and attitudes of consumers that occur around them. This knowledge becomes capital in developing strategies to achieve company targets and can maintain competitors with the best product quality. In this case, quality, price perception, and consumer attitude have a very important role in making purchasing decisions.

This research aims to know: (1) the effect of product quality, price perception, and simultaneous consumer attitudes that influence the decision to purchase health products in Tulungagung; (2) the effect of partial price perceptions that have a significant effect on the decision to purchase herbal health products in Tulungagung; (3) the influence of partial consumer attitudes that affect the decision to purchase herbal health products in Tulungagung; and (4) the effect of product quality partially, which has a significant effect on the decision to purchase herbal health products in Tulungagung.

This study uses primary data and secondary data with a quantitative approach. The population in this study was made up of consumers who used Herbalife products in Tulungagung. The sampling technique used in this study was nonprobability sampling, which used purposeful sampling. Based on the calculation results determined The number of samples used is 100. Data collection techniques use questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The results show that: (1) product quality, price perception, and consumer attitudes simultaneously have a significant effect on the decision to purchase herbal health products in Tulungagung; (2) price perception has a significant positive effect on the decision to purchase herbal products in Tulungagung; (3) consumer attitudes have a significant positive effect on the decision to purchase herbal products in Tulungagung; and (4) product quality has no significant positive effect on the decision to purchase herbal products in Tulungagung. Whereas the coefficient of determination (R square) obtained is 0.464, or 46.4%. This means that 46.4% of purchasing decisions can be explained by product quality variables, price perceptions, and consumer attitudes, while the remaining 53.6% of purchasing decisions are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: product quality, price perception, consumer attitude, purchase decisions