

Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen pada PT. Opsi Optimal

Anditya Wulan Priharjadi – 1000856320

ABSTRAK

Pada dunia bisnis yang semakin kompetitif, sebuah perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang semakin baik serta harga yang bersaing. Selain itu, dengan semakin berkembangnya kemajuan IPTEK serta perkembangan industri yang semakin tinggi dan kompleks, maka para pesaing bisnis terutama perusahaan dituntut juga untuk terus melakukan terobosan yang membuat keunggulan kompetitif dari usaha bisnisnya baik dari segi produk, harga, bentuk, dan keunikan serta kelebihan - kelebihan berbeda dari yang lainnya. PT. Opsi Optimal adalah perusahaan yang bergerak di bidang *security system*, dimana menyediakan produk *Security System* seperti *fire alarm* dan *CCTV system*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolerasi *Pearson* dan *Path Analysis*. Data diperoleh dari kuisioner yang disebarakan pada seluruh konsumen yang menggunakan *Security System* untuk mengukur tingkat Harga dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Loyalitas Konsumen dari persepsi masing – masing konsumen, dengan menggunakan skala likert. Dari hasil analisi data, diperoleh persamaan structural $Y = \rho_{Y1}X_1 + \rho_{Y\epsilon_1} \epsilon_1 = 0.702 X_1 + 0.712 \epsilon_1$ dimana Harga secara simultan berkontribusi simultan berkontribusi signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 70.2% dan $Z = \rho_{zx1}X_1 + \rho_{zx2}X_2 + \rho_{zy}Y + \rho_z \epsilon_2 = 0.513 X_1 + 0.549 X_2 + 0.409 Y + 0.64 \epsilon_2$ dimana Harga Kualitas Produk secara simultan berkontribusi signifikan mempengaruhi Loyalitas Konsumen sebesar 59%.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Minat Beli Ulang, dan Loyalitas Konsumen