

## ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang semakin ketat, masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan dalam mengkonsumsi kebutuhannya sehari-hari. Salah satu industri yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah industri layanan televisi berbayar. PT. Indonusa Telemedia (TelkomVision-Yes TV) merupakan salah satu perusahaan televisi berbayar di Indonesia. Untuk menganggapi persaingan yang ketat diantara industri layanan televisi berbayar di Indonesia, TelkomVision-Yes TV menerapkan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang sangat baik agar konsumen melakukan proses keputusan pembelian guna meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian produk TelkomVision-Yes TV di Bandung.

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pengguna TelkomVision-Yes TV di Kota Bandung. Sampel yang terpilih adalah 81 responden dengan menggunakan teknik probability sampling melalui pendekatan cluster sampling. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis..

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden tentang variabel harga termasuk dalam kategori “baik” dengan persentase sebesar 80,7%, kemudian untuk variabel kualitas produk termasuk dalam kategori “sangat baik” dengan persentasi 84,1% dan untuk variabel proses keputusan pembelian termasuk dalam kategori “sangat baik” dengan persentasi 83,2%. Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan bahwa variabel X (harga dan kualitas produk) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (proses keputusan pembelian) sebesar 70,8% sedangkan sisanya 29,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Dengan demikian TelkomVision-Yes TV perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik dan perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang agar lebih mampu meningkatkan proses keputusan pembelian produk TelkomVision-Yes TV.

**Kata kunci: harga, kualitas produk, proses keputusan pembelian.**

## ABSTRACT

As the development of information technology and the increasingly tight, people are faced with a variety of options in consuming needs everyday. One of the industries that are experiencing rapid enough progress is a paid television service industry. PT. Indonusa Telemedia (TelkomVision-Yes TV) is one of the company's pay television in Indonesia. For menganggapi competitive pressure among pay television services industry in Indonesia, TelkomVision-Yes TV to apply reasonable price and excellent quality products that consumers purchase decision process in order to increase sales. The purpose of this research was to determine the extent of the influence of the price and quality of the product against the product purchasing decision process, TelkomVision-Yes TV in Bandung.

This includes research into causal and descriptive research. The population in the study is the whole user TelkomVision-Yes TV in Bandung. The selected sample was 81 respondents using the techniques of probability sampling through cluster sampling approach. The analysis used covers test validity, reliability testing, statistical analysis descriptive, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and test hypotheses.

From the results of research that has been done, then it can be concluded that the responses of the respondents about the price variable is included in the category of "good" with a percentage of 80.7%, then to the variable quality of products included in the categories "excellent" with percentage 84,1% and for the process of purchasing decision variables are included in the category of "very good" with percentage 83,2%. Of multiple linear regression analysis results can be concluded that the variable X (price and quality) has the effect on the variable Y (the process of purchasing decisions) of 70,8% and 29.2% while the rest is affected by other factors that are not observed in this study.

It can be concluded that prices and product quality variables contributing significantly to the process of purchasing decisions. Thus, TelkomVision-Yes TV need to maintain the elements that have been assessed and either needs to fix the things that are lacking in order to be better able to improve the process of product purchasing decisions, TelkomVision-Yes TV.

**Keywords: price, product quality, process of purchasing decisions.**