

ABSTRAK

Imam Ahmad Al Farisi, Skripsi yang berjudul Pengaruh kualitas produk persepsi harga dan citra toko terhadap keputusan pembelian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, persepsi harga dan citra toko mempunyai pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subyek penelitian adalah seluruh konsumen minimarket strawberry, dengan sampel 120 responden dan teknik pengambilan purposive sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesisi yang digunakan adalah dengan uji statistik yaitu uji T dan uji F

Hasil penelitian dari variabel kualitas produk tersebut membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t^{hitung} 6.715 > dari t^{tabel} yaitu 0.179. Hasil penelitian dari variabel persepsi harga tersebut membuktikan bahwa persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t^{hitung} 2.545 > dari t^{tabel} yaitu 0.179. Hasil penelitian dari variabel citra toko tersebut membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t^{hitung} 3.820 > dari t^{tabel} yaitu 0.179.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Toko, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Imam Ahmad Al farisi, A thesis titled the influence of the product quality perception prices and shop image of the decision of the purchase of the product quality aims to understand , the perception of the price and the image of a shop have the good vibes in full simultaneous and of the decision of the purchase.

The quantitative methods was used in the study .Every consumer respondent is the strawberry minimarket , were selected from 120 respondents and purposive teknik the taking over of the sampling method of .The method of analysis that is linear regeresi be used and the worship of idols .Testing hipotesisi by test that is used is statistical testing namely t test and the f.

The results of the study of a variable that product proves that the quality of the product quality partial influence of the decision of a purchase with the value of t count $6.715 >$ of t table namely 0.179. the results of the study of a variable perception that price prove that the perception the price of partial influence of the decision of a purchase with the value of t count $2.545 >$ of t table namely 0.179 . the results of the study of a variable image of the stores were prove that brand image partial influence of the decision of a purchase with the value of t count $3.820 >$ of t table namely 0.179 .

Keywords : Product Quality, Of The Price, The Image Of The Store, The Purchase Decision.