

ABSTRAK

Keputusan membeli produk bergantung kepada konsumen sendiri. Konsumen ketika membeli produk memiliki pertimbangan sehingga ketika memutuskan membelinya tidak merasa merugikan. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang terjadi antara persepsi harga, variasi produk dan mutu produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Serba 35.000 di Kelurahan Tangga Takat.

Penelitian yang dilakukan memakai metode kuantitatif, yang mana sumber data yang diperoleh dari data primer. Pada pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang melalui *Google form*. Populasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu tidak diketahui, sampel yang diambil memakai *teknik purposive sampling* dan penarikan rumus sampelnya memakai rumus Hair et al sehingga didapatkan sampel sebesar 85 responden.

Hasil pada penelitian yang telah dilakukan memperoleh bahwa taraf signifikan sebesar 0,005 dengan ketentuan signifikansinya $< 0,05$. dan pada tabel t_{hitung} sebesar $2,920 > 1,664$ yang artinya persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa sebesar taraf signifikan sebesar 0,000 dengan ketentuan signifikansinya $< 0,05$. dan pada tabel t_{hitung} sebesar $4.760 > 1,664$ dengan ketentuan $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, untuk mutu produk menunjukkan taraf signifikan sebesar 0,000 dengan ketentuan signifikansinya $< 0,05$. dan pada tabel t_{hitung} sebesar $3,816 > 1,664$ yang artinya mutu produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dilihat dari hasil koefisien determinan menunjukkan hasil bahwa Keputusan Pembelian mampu mempengaruhi secara bersama-sama pada variabel Persepsi Harga, Variasi Produk dan Mutu Produk adalah sebesar 66,5%, sedangkan 33,5% dipengaruhi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Variasi Produk, Mutu Produk, dan Keputusan pembelian

ABSTRACT

The decision to buy a product depends on the consumer himself. Consumers have considerations when buying products so that when deciding to purchase they do not feel detrimental. The purpose of this research is to find out how much influence there is between price perception, product variety and product quality on consumer purchasing decisions at the 35,000 convenience store in Tangga Takat Village.

The research was conducted using quantitative methods, where the data source was obtained from primary data. This research data collection used a questionnaire via Google form. The population used in this research is unknown, the sample was taken using a purposive sampling technique and the sample was drawn using the Hair et al formula so that a sample of 85 respondents was obtained.

The results of the research that has been carried out show that the significance level is 0.005 with the condition that the significance is <0.05 . and in the table tcount is $2,920 > 1,664$, which means that price perception has a positive influence on purchasing decisions, the influence of product variations has a positive influence on purchasing decisions shows that the significance level is 0.000 with the condition that the significance is <0.05 . and in the tcount table it is $4,760 > 1.664$ with the condition $tcount > t$ table, which means that product variations has a positive influence purchasing decisions, for product quality it shows a significance level of 0.000 with the condition that the significance is <0.05 . and in the table tcount is $3,816 > 1.664$, which means that both products have an influence on consumer purchasing decisions. Judging from the results of the determinant coefficient, the results show that Purchasing Decisions are able to jointly influence the variables Price Perception, Product Variation and Product Quality, amounting to 66,5%, while 33,5% is influenced by other variables not studied.

Keywords: Price Perception, Product Diversity, Product Quality, and Purchasing Decisions