

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price Perception, Service Quality, and Product Diversity either partially or simultaneously to the Purchasing Decision on Alfamidi Sedati Sidoarjo subdistrict. This research is a research using quantitative approach. This study is a population study with the number of respondents as much as 100 respondents. Instruments in this study have passed the test phase of validity and reliability test. Data were collected using questionnaire and interview, while data analysis was done by using multiple regression analysis. The result of regression analysis is known the biggest regression coefficient value in product diversity variables, so that Price Perception has dominant influence to Price perception on Alfamidi Sedati Sidoarjo Subdistrict, whereas the result of research Fhitung Test = 2.766 > Ftabel 2.70, Then Price Perception, Service Quality, and Diversity The product affects simultaneously to Purchasing Decision, while from result of T Test known at 5% significance level indicates that: 1) Price Perception and 2) Quality of Service 3) Product Diversity has partial influence to Purchasing decision. From result of analysis of coefficient of determination / R² got number 0,576 which mean that both independent variable (Price Perception, Quality of Service and Product Diversity) able to explain change happened to dependent variable (Purchasing Decision) and from result of correlation coefficient analysis / R there is relation between Perception Price, Service Quality and Product Diversity simultaneously are closely and positively to the Purchase Decision of 0.595.

Keywords: *Price Perception, Service Quality, Product Diversity, Purchase Decision.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian populasi dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Instrumen dalam penelitian ini telah melewati tahap uji validitas dan uji reliabilitas. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara, sedangkan analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian analisis regresi diketahui nilai koefisien regresi terbesar pada variabel Persepsi Harga, sehingga Persepsi Harga memiliki pengaruh yang dominan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamidi kecamatan Sedati Sidoarjo, sedangkan hasil penelitian Uji Fhitung = 2.766 > Ftabel 2.70, Maka Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keragaman Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan dari hasil Uji T diketahui pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa: 1) Persepsi Harga dan 2) Kualitas Pelayanan 3) Keragaman Produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan Pembelian,. Dari hasil analisis koefisien determinasi/ R^2 didapatkan angka 0.576 yang artinya ketiga variabel bebas (Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk) mampu menjelaskan perubahan yang terjadi terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) dan dari hasil analisis koefisien korelasi / R terdapat hubungan antara Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk secara simultan bersifat erat dan positif terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,595.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian