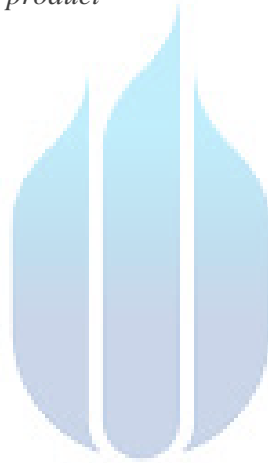


ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of price perception, product quality and after sales service on the purchase decision. More specifically to determine which variable are most affect the decision to choose roof frame Smartruss PT NS BlueScope Lysaght Indonesia. In this study, data were collected through a survey method. Responden were the owners, fabricators, contractors and developers at Jabodetabek region using non probablyly sampling by convvenience sampling method in this research. Using multiple linear regression analisys. The result showed that the purchase decision of roofframe Smartruss PT NS BlueScope Lysaght Indonesia is significantly influenced by price perception and after sales service, beside there is also a simultaneous influence of variabele price perception, product quality and after sales service to purchase decision.

Keyword : Price Perception, Product Quality, After Sales Service, Purchase Decision, Roof frame Smartruss product



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian. Lebih spesifik lagi untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kuda-kuda baja ringan *Smartruss* pada PT NS BlueScope Lysaght Indonesia. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui metode survey. Kuisisioner yang diambil adalah para owner, fabrikator, kontraktor dan developer perumahan yang menggunakan kuda-kuda baja ringan *Smartruss* di Jabodetabek dengan teknik pengambilan sampling *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Analisis menggunakan regresi linear berganda diolah dengan SPSS. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian baja ringan *Smartruss* pada PT NS BlueScope Lysaght Indonesia secara signifikan dipengaruhi oleh variabel persepsi harga dan layanan purna jual, disamping itu terdapat pula pengaruh simultan dari variabel persepsi harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Layana Purna Jual, Keputusan Pembelian, Produk kuda-kuda baja ringan *Smartruss*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA