

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSU SGM

Eti Suherti – 43105120103

ABSTRAK

Era globalisasi membuat persaingan semakin ketat bagi perusahaan. Salah satu usaha untuk menghadapi persaingan adalah mengetahui keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan adalah dengan melakukan analisis tanggapan konsumen. Hal tersebut perlu diteliti lebih lanjut berkenaan dengan keputusan pembelian dari konsumen dalam pembelian produk. Kualitas dan harga telah dipersepsi baik oleh konsumen maka keputusan pembelian yang dilakukan konsumen akan diwujudkan dalam bentuk pilihan merk, tempat pembelian, waktu, cara pembayaran dan intensitas pembelian.

MERCU BUANA

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas (*perceived quality*) dan harga (*price*) terhadap keputusan pembelian dari pelanggan produk susu SGM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey pada *hypermarket* ITC-Kuningan, Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling (*simple random sampling insidential*). Data diperoleh dari 100 responden, yang diolah dengan menggunakan analisis *deskriptif*, *Spearman* dan *Uji Regresi f dan t*.