

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Sikap dan Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau Beras Organik (Studi Kasus Pada Pembelian Beras Organik di CV.Raja Pulen di Sudimara Pinang Tangerang).Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan Deskriptif Kuantitatif .

Sampel Penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli beras di CV.Raja Pulen Pinang Tangerang dengan Metode Analisis Data uji Validitas dan Reliabilitas dengan menggunakan kuisioner dan dianalisis SEM LISREL.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap sikap.dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ,persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Beras Organik di Pinang Tangerang.Hal ini di buktikan dari hasil (uji T).yang menunjukkan nilai dua variabel yang signifikan dan satu variabel yang tidak signifikan.oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh persepsi harga berpengaruh terhadap sikap dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian,persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian beras organi CV.Raja Pulen.

Kata kunci: Persepsi Harga,Sikap,Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This is research aims to determine the effect on the Attitudes and Perceptions of Price Implications Purchase Decision Green Products Organic Rice (A Case Study in CV.Raja Purchase Organic Rice fluffier in Sudimara Pinang Tangerang) .Penelitian was conducted on 100 respondents using quantitative descriptive approach. Samples of this research is all consumers who buy rice at CV.Raja fluffier Pinang Tangerang with Data Analysis Method Test Validity and Reliability by using a questionnaire and analyzed SEM LISREL.

Results of this study showed that the variables significantly influence the perception of price significantly influence the attitude sikap.dan pembelian decision, the perception of the price does not affect the purchase decision in Pinang Tangerang.Hal Organic Rice is attested from the results (test T) which is demonstrating the value of two variables Significant and one variable that is not signifikan.oleh because the test results of this study stated that influence price perceptions influence the attitudes and behavior influence on purchasing decisions, the perception of the price does not affect the purchase decision organi CV.Raja fluffier rice.

Key words: Perception Price, Attitude, Purchase Decision

