

ABSTRACT

Customers face increasingly critical of the quality of the products of a company, the other challenge is the perception of price. how consumers look at a certain price - high, low, fair - have a strong influence on purchase intent and purchase satisfaction. This thesis discusses how to influence the perception of product quality and price on purchase decisions in PT. Karinda Kharisma. The goal was to determine whether there is influence perceptions of product quality and price on purchase decisions.

The collection of data obtained from field studies by distributing questionnaires to 100 customers who have purchased products at PT Karinda Kharisma shoes. Hypothesis testing results show that the quality of products significantly influence purchasing decisions, but the perception of price is not significantly influence the purchasing decision in Karinda PT Kharisma. For further research is advisable to do some research on the additional variable purchase decision variables - other variables that influence

Keywords: Product Quality, Perceived Price, Purchase Decisio

ABSTRAK

Menghadapi pelanggan yang semakin kritis terhadap kualitas produk suatu perusahaan, tantangan lainnya yaitu persepsi harga. bagaimana konsumen memandang harga tertentu - tinggi, rendah, wajar - mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di PT. Karinda Kharisma. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

Pengumpulan data di peroleh dari studi lapangan dengan menyebarkan kuisisioner pada 100 pelanggan yang telah melakukan pembelian produk sepatu pada PT Karinda Kharisma. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, akan tetapi persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di PT Karinda Kharisma. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada penambahan variabel keputusan pembelian dengan variabel - variabel lain yang mempengaruhinya.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.