

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui tentang Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan. Objek penelitian ini adalah konsumen Kedai Mie Abang Adek. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen Mie Abang Adek yang berjumlah 145 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausal. Data yang diambil merupakan kuisioner terhadap konsumen Mie Abang Adek. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistic dalam bentuk uji regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan variable Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan, variable Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan, Kedai Mie Abang Adek.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup.



ABSTRAK

The aim of this research is to know the effect of Perception Price, Quality Product, Lifestyle to about the Instant Noodle Purchase Decision. The object in this research is store consumers Mie Abang Adek. This research have been conducted toward store consumers Mie Abang Adek Taman Palem with 145 total respondent. This research used quantitative approach. The research design that have been used is causal research. The data that has been taken is questionnaire data that has been distributed to store consumers Mie Abang Adek. The data analysis that used in this research is statistical analysis in a form of multiple linear regression with SPSS version 23. The result of this research shows that Perception Price variable positively and significantly effect to about the Instant Noodle Purchase Decision, Quality Product variable positively and significantly effect to about the Instant Noodle Purchase Decision, and Lifestyle variable positively and significantly effect to about the Instant Noodle Purchase Decision Mie Abang Adek.

Key word : Perception Price, Quality Product, Lifestyle



UNIVERSITAS
MERCU BUANA