

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Kebersihan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di 212 Mart Kebon - Jeruk Jakarta - Barat. Penelitian ini dilakukan terhadap 130 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t Variabel Religiusitas berpengaruh signifikan dan negative terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t value tersebut yang berada di bawah 1.96 yaitu -3.24. Variabel Kebersihan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t variabel tersebut berada di bawah 1.96 yaitu -0.20. Sedangkan variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t variabel tersebut yang berada di atas 1.96 yaitu 1.99.

Kata Kunci : Religiusitas, Kebersihan, Harga, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research for knowing influence of Religiosity, Cleanliness and Price Againsts Consumer Purchasing Decisions at 212 Mart Kebon-Jeruk West – Jakarta. This research conducted to 130 respondents by using quantitative approach. Analysis of data used is a statistical analysis in LISREL-SEM form. The results of this study indicates that t test results Religiosity Variable significant effect and negative for Purchasing Decisions. This indicated by t value which is below 1.96 which is -3.24. The Cleanliness Variable no significant effect for Purchasing Decisions. This indicated by t value which is below 1.96 which is -0,20. While the Price Variable significant and positive effect for Purchasing Decisions. This indicated by t value of the t variable is above 1.96 which is 1.99.

Keywords : Religiosity, Cleanliness, Price, Purchase Decisions

