

ABSTRACT

This research has goal to know about the effect of the physical environment, promotion and price perceptions on the decision to choose as a mediating variable and interest in recommending. The sample in this research were all students at Global Mandiri vocational high school Pinang, Tangerang City, for the 2021 / 2022 academic year with total of 219 students. The data analysis performed was quantitative analysis expressed in numbers and the calculations used standard methods assisted by the Partial Least Square (PLS) Version 3.0 program. Data analysis used in this research is Structural Equation Modelling (SEM). The results showed that the physical environment had a significant positive effect on the decision to choose, while promotions had no effect on the decision to choose. Physical environment, promotion, price perceptions have a significant positive effect on intention to recommend. Interest in recommending has positive effect on the decision to choose.

Keywords: *Promotion, price perception, physical environment, choice decision.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan fisik, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan memilih sebagai variabel mediasi dan minat merekomendasikan. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMK Global Mandiri Pinang, Kota Tangerang, tahun ajaran 2021/2022 sebanyak 219 orang siswa. Analisis data yang dilakukan adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungannya menggunakan metode standart yang dibantu dengan program Partial Least Square (PLS) Versi 3.0. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan fisik berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan memilih, sedangkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih, dan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih. Lingkungan fisik, promosi, persepsi harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Merekomendasikan. Minat Merekomendasikan berpengaruh positif terhadap keputusan memilih.

Kata Kunci: Promosi, persepsi harga, lingkungan fisik, keputusan memilih.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA