

“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Batik dan Kulit Keparakan Kidul Yogyakarta”

Iwan Santoso
NIM : 141130133

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(iwansan1@yahoo.com)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Batik dan Kulit Keparakan Kidul Yogyakarta . Variabel independent yang digunakan adalah persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), citra merek (X3), dan promosi (X4), sedangkan untuk variabel dependent pada penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah survey, dimana peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasi melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana responden dalam penelitian ini berjumlah 108 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) persepsi harga, kualitas produk, citra merek, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (5) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.