

ABSTRAKSI

Sandro Tobing, Nomor Induk Mahasiswa 152110098, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul penelitian “Pengaruh Produk Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Toko Buku *Sosial Agency* Yogyakarta, 2018. Dosen Pembimbing I Saaptika Kancana, S.Sos, M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Susanta, S.Sos, M.Si.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Toko Buku *Sosial Agency* Yogyakarta.

Tipe Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode kausal (*causal research*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko buku *Sosial Agency* yang membeli produk di toko buku *Sosial Agency* di ambarrukmo jl. laksda. adisucipto no. 22. Ukuran sampel sebanyak 96 responden, yang ditentukan dengan menggunakan rumus *Paul Leedy*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang meliputi analisis regresi berganda, untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan F_{hitung} sebesar 106,390 dan p value sebesar 0,000. Variabel Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar 8,973 dan p value sebesar 0,000 dan variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan t_{hitung} sebesar 4,644 dan p value sebesar 0,000. Saran yang dapat diusulkan sebagai bahan pertimbangan bagi Toko Buku *Sosial Agency* Yogyakarta harus mempertahankan dan meningkatkan Produk dan Harga dengan cara memperhatikan tiap - tiap indikator penelitian karena menurut penelitian variabel Produk dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Produk, Harga dan Keputusan Pembelian.