

PENGARUH PERSEPSI HARGA, ORIENTASI BELANJA, KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN BELI

(Studi pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta yang pernah berbelanja di
Toko Jolie Yogya Wirobrajan)

HELMIYATI

NPM : 141120237

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Helmiyatii11@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis: pengaruh persepsi harga, orientasi belanja, keragaman produk, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan beli produk fashion wanita di Toko Jolie Yogya Wirobrajan. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh pembeli Toko Jolie. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Persepsi Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan beli di Toko Jolie Jogja Wirobrajan, 2) Orientasi Belanja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan beli di Toko Jolie Jogja Wirobrajan, 3) Keragaman Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan beli di Toko Jolie Jogja Wirobrajan, 4) Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan beli di Toko Jolie Jogja Wirobrajan, 5) Kualitas Layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan beli di Toko Jolie Jogja Wirobrajan.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Orientasi Belanja, Keragaman Produk, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keputusan Beli.