

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, PERSEPSI HARGA DAN CITRA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *PRIVATE LABEL* PADA ALFAMART (STUDI PADA GERAI ALFAMART SOEKARNO HATTA KOTA DI BANDAR LAMPUNG)**

**Oleh**

**Wiwin Rahayu**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas, persepsi harga dan citra toko terhadap keputusan pembelian produk *private label* Alfamart. Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dengan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas dan citra toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk *private label* Alfamart. Secara simultan, persepsi kualitas, persepsi harga dan citra toko mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dari perusahaan/ merek-merek lain yang mengalami kondisi yang hampir sama dengan produk *private label* Alfamart. Hal ini dapat dijadikan pembandingan sekaligus melengkapi penelitian ini.

Kata kunci: Citra toko, keputusan pembelian, persepsi harga, persepsi kualitas.