

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN HARGA PADA MINAT BELI KONSUMEN TOKO DHEA DI PASAR BAMBU KUNING TRADE CENTER

Oleh
Claudia Deyda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk dan harga pada minat beli konsumen Toko Dhea di Pasar Bambu Kuning *Trade Center*. Penelitian ini di desain dengan menggunakan deskriptif dan verikatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non probability* sampling dengan teknik *accidental sampling*, sampel yang diambil adalah 100 responden yang sedang mendatangi Toko Dhea. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di kota Bandar Lampung yang berkunjung atau sedang berada di pasar Bambu Kuning *Trade Center*. Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan faktor analisis dan *cronbach's alpha*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji f, serta analisis determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Toko Dhea dengan nilai sebesar 63.3% serta variabel yang memberikan pengaruh terbesar yaitu variabel harga dengan nilai beta sebesar 47%

Kata kunci: Persepsi kualitas produk, harga, minat beli

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY PRODUCT AND PRICE TO CONSUMER BUYING INTEREST AT TOKO DHEA IN BAMBU KUNING TRADE CENTER

By

Claudia Deyda

The purpose of this research is to determine the influence of perceived quality product and price on consumer buying interest at Toko Dhea in Traditional Market Bambu Kuning Trade Center. Sampling method used in this research is non-probability sampling method with accidental sampling technique, with used 100 respondents that have been visited Toko Dhea. Population sample for this research live in Bandar Lampung who was visiting and have been visited the Bambu Kuning Market Trade Center. Analysis factor and cronbach's alpha are used for validity test and realibility test. This research used determination, t test, and f test. The result of the research shows that perceived quality and price of product take a significantly effect to Toko Dhea's consumer buying interest which the value is 63,3%. The variable that also take the biggest effect is price which the value is 47%

Keyword : *perceived quality product, price, consumer buying interest*