

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UKM MART KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

DINDA UQNUL AMALIA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan survey dan *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 205 konsumen UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 134 konsumen UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus Isaac dan Michael. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana atau melalui uji t dan pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda atau melalui uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh baik secara simultan maupun secara parsial antara kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada UKM Mart Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh $F_{hitung} = 42,089$ dan $F_{tabel} = 2,67$ yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan kadar determinasi sebesar 0,493 atau 49,3% dan sisanya 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTIONS AND CUSTOMER SATISFACTION ON PURCHASING DECISIONS AT UKM MART STUDENT COOPERATIVE LAMPUNG UNIVERSITY

By

DINDA UQNUL AMALIA

This study aims to determine the effect of service quality, price perceptions, and customer satisfaction on purchasing decisions at the UKM Mart Student Cooperative Lampung University. This research is a quantitative study that uses descriptive verification research methods with a survey and ex post facto approach. The population in this study amounted to 205 consumers of UKM Mart Student Cooperative Lampung University. The sampling technique in this study was non probability sampling with purposive sampling technique which amounted to 134 consumers of UKM Mart Student Cooperative Lampung University based on the results of calculations with the Isaac and Michael formulas. Data collection techniques using questionnaires, observation, and documentation. Partial hypothesis testing is done using simple linear regression test or through t test and simultaneous testing is done using multiple linear regression test or through F test. The results showed that there was an influence both simultaneously and partially between service quality, price perceptions, and customer satisfaction on purchasing decisions at the UKM Mart Student Cooperative Lampung University. Based on the results of hypothesis testing, it is obtained that $F_{count} = 42.089$ and $F_{table} = 2.67$ which means that $F_{count} > F_{table}$ with a determination level of 0.493 or 49.3% and the remaining 50.7% is influenced by other variables not examined in this research.

Keyword : Service Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Purchase Decision.