

Valenchia Erdiyanti. 11220668

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN DI KOTA DEPOK

Penulisan Ilmiah, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan di Kota Depok secara parsial dan simultan

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen Kopi Kenangan di Kota Depok. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan uji koefisien determinasi (R²). Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Seluruh pengujian dilakukan dengan pengolahan data melalui *software IBM SPSS 26*.

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan, didapatkan persamaan linier berganda : $Y=2.749+0,057 X_1+0,254 X_2+0,040 X_3+0,409 X_4+e$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu persepsi harga, kualitas produk, lokasi, dan promosi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada Kopi Kenangan di Kota Depok.

Kata Kunci : *Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian*
(xi + 69 + Lampiran)
Daftar Pustaka (2002-2022)