

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Pembelian Produk Nabati di Kota Purbalingga”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel Persepsi Harga (X1), variabel Kualitas Produk (X2), dan variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pelanggan pada PT. Kaldu Sari Nabati Purbalingga. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*, dengan sebanyak 53 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan program SPSS.

Untuk uji kelayakan model digunakan Uji F, dengan nilai F hitung (56,031) > F tabel (2,779), maka kelayakan model dinyatakan layak. Sedangkan untuk analisis pengujian hipotesis menggunakan Uji T, dapat diketahui bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan, dengan T hitung variabel persepsi harga sebesar 5,708, variabel kualitas produk sebesar 11,772, dan kualitas pelayanan sebesar 6,727 lebih besar dari T table (1,674). Dengan demikian maka hipotesis pertama, kedua, dan ketiga dalam penelitian ini diterima. Implikasi dari penelitian ini untuk pihak perusahaan adalah untuk lebih memprioritaskan berbagai kebijakan yang terkait dengan persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Implikasi untuk penelitian ini adalah:

1. PT. Kaldu Sari Nabati mengoptimalkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.
2. PT Kaldu Sari Nabati untuk lebih memperluas faktor yang dapat mempengaruhi putusan pembelian terhadap produk nabati perusahaan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan

SUMMARY

The study entitled “The Influence of Price Perception, Product Quality, and Service Quality on Customer Purchasing Decisions in Purchasing Vegetable Product in Purbalingga”. The Purpose of this study was to see and analyze the effect of price perception (X1), product quality variable (X2), and service quality variable (X3) on customer purchasing decisions (Y) at PT. Kaldu Sari Nabati Purbalingga. The Sampling Technique used purposive sampling, with a sample 53 respondents. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with the SPSS program.

To test the feasibility of the model used the F test, with the value of F test (56,031) > F tabel (2,779), then the feasibility of the model is declared feasible. Whereas for the analysis of the hypothesis test using the T test, it can be seen that price perception, product quality, and service quality have a positive and significant effect on ustomer purchasing decisions, with the price perception variable have T test 5,708, the ptooduct quality have 11,702, and the service quality have 6,727 greatest than the T table (1,674). The first, second and third hypothesis in this study are accepted. The research implication of the company needs to prioritize various policies related price perception, product quality, and service quality.

The implications for this research are:

- 1. PT. Kaldu Sari Nabati optimizes the quality of service to consumers.*
- 2. PT Kaldu Sari Nabati to further expand the factors that can influence purchasing decisions for the company's vegetable products.*

Keywords: Price Perception, Product Quality, and Service Quality