

PENGARUH PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

(Survei Pada Toko Tas Henny Pasar Kota Kembang Bandung)

Shofia Amaliani Islami

10090311251

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian dilakukan pada Toko Tas Henny Pasar Kota Kembang Bandung dengan metode studi kasus dan menggunakan SPSS versi 20.00. Jenis penelitian yang dilaksanakan ini bersifat verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data *non probability sampling* sehingga mendapatkan hasil 70 sampel responden. Analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Tas Henny dengan nilai $p = 0,000$, koefisien korelasi sebesar 0,633 ($R = 0,633$), dan koefisien determinan ($R\text{-square} / R^2$) sebesar 40%. Artinya harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen*

**INFLUENCE OF PRICING ON CONSUMER PURCHASING
DECISION**
(Survey on Toko Tas Henny Pasar Kota Kembang Bandung)

Shofia Amaliani Islami

10090311251

ABSTRAK

The purpose of this study is to determine the effect of pricing on consumer purchasing decisions. The study is conducted at Toko Tas Henny Pasar Kota Kembang Bandung using case study method and SPSS 20.00 version. This type of research is conducted verifikatif is aimed to use sampling techniques of probability that the classes getting results in 70 sample of respondents. The use of regression analysis is simply aimed to test the hypothesis. The results showed the influence of prices on consumer purchasing decisions at TokoTasHenny with $p = 0.000$, correlation coefficient of 0.633 ($R = 0.633$), and the determinant coefficient ($R\text{-quare} / R^2$) by 40%. This means that the price is significantly positive effect on purchase decisions.

Keywords: PriceandConsumer Purchasing Decisions