

ABSTRAK

Lusiana Elfrida Silalahi. NIM: 7163210041. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Dan Persepsi Harga (*Perceived Price*) Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Pondok Terapung Pagurawan Kabupaten Batubara. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan 2020.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah menurunnya keputusan pembelian di rumah makan Pondok Terapung Pagurawan dari tahun 2018-2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh Daya Tanggap dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Pondok Terapung Pagurawan.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 563 orang dengan jumlah sampel sebanyak 234 orang. Sampel merupakan pembeli di rumah Makan Pondok Terapung dan ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, dengan hasil penelitian diperoleh $Y = 16,525 + 0,346 X_1 - 0,393 X_2 + e$.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) hasil uji parsial t menunjukkan nilai t hitung variabel Daya Tanggap sebesar $14,775 > t$ tabel sebesar 1,970. Nilai t hitung variabel Persepsi Harga sebesar $-16,334 < t$ tabel sebesar 1,970. Nilai signifikan variabel Daya Tanggap dan Persepsi Harga bersama-sama sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan Persepsi Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Pondok Terapung Pagurawan; (2) hasil uji F (Simultan) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $552,979 > F$ tabel sebesar 3,03 dengan tingkat signifikan sebesar $(\alpha) 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel Daya Tanggap dan Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Pondok Terapung Pagurawan.

Kata Kunci: Daya Tanggap, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Lusiana Elfrida Silalahi. NIM: 7163210041. The Influence of Responsiveness and Perceived Price On Purchasing Decision In Pondok Terapung Restaurant Batubara District. Thesis, Management Major, Faculty of Economics Medan State University 2020.

The problem in this study is the declining purchasing decisions at Pondok Terapung Pagurawan restaurant from 2018-2019. This study aims to examine both partially and simultaneously influence of Responsiveness and Perceived Price on Purchasing Decision in Pondok Terapung Restaurant Batubara District.

The population in this study amounted to 563 people with a total sample of 234 people. Samples are buyers at Pondok Terapung Restaurant and determined using the accidental sampling method.

The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis, with the result of the study obtained $Y = 16,525 + 0,346 X_1 - 0,393 X_2 + e$.

The results showed that: (1) the partial t test results showed the value of the t count variable Responsiveness of 14,775 > t table of 1.970. The value of t count variable Price Perception of -16.334 < t table of 1.970. Significant values of the variable Responsiveness and Price Perception together are 0,000 < 0.05. This shows partially variable Responsiveness has a positive and significant effect on Purchasing Decision and Perceived Price has a negative and significant effect on Purchasing Decision; (2) F (Simultaneous) test results show that the value of F count of 552,979 > F table of 3.03 with a significant level of (α) 0,000 < 0.05. This shows simultaneously the variable Responsiveness and Price Perception affect the Purchasing Decision at Pondok Terapung Restoran Pagurawan.

Keyword: Responsiveness, Perceived Price, Purchase Decision.

THE
Character Building
UNIVERSITY