

ABSTRAK

Sri Widia Syafitri, NIM: 7183210024, Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Etawa UD Amri Kecamatan Tinggi Raja Kabupaten Asahan, Skripsi Jurusan Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Tahun 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Etawa UD Amri Kecamatan Tinggi Raja Kabupaten Asahan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tinggi Raja Kabupaten Asahan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 339, dengan jumlah sampel sebanyak 184 responden. Konsumen yang menjadi responden merupakan konsumen yang pernah membeli susu etawa di UD Amri. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi pustaka, wawancara dan melalui angket (Kuesioner) yang pengukurannya menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Regresi Berganda dengan persamaan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ serta diolah dengan program SPSS 25.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X_1) dan Preferensi (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini terlihat dari nilai F-hitung sebesar 4,0557 dan F-tabel sebesar 3,05, sehingga $F\text{-hitung} = 4,055 > F\text{-tabel} = 3,05$ pada signifikansi $\alpha = 5\%$. Dimana besar pengaruh antara variabel Persepsi dan Preferensi terhadap Keputusan Pembelian adalah 63,3% yang ditunjukkan dengan nilai Koefisien Determinasi (R^2) yaitu 0,633. Sedangkan secara parsial Persepsi memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t\text{-hitung} = 2,318 > t\text{-tabel} = 0,145$ dan Preferensi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t\text{-hitung} = 1,730 > t\text{-tabel} = 0,145$. Persamaan struktural dari model yang dapat dibuat adalah $Y = 3,131 + 0,346X_1 + 0,155X_2 + e$. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Persepsi dan Preferensi Terhadap Keputusan Pembelian susu etawa UD Amri Kecamatan Tinggi Raja Kabupaten Asahan.

Kata kunci : Persepsi, Preferensi dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sri Widia Syafitri, NIM: 7183210024, The Influence of Perceptions and Preferences on the Decision to Purchase Etawa Milk at UD Amri, Tinggi Raja District, Asahan Regency, Thesis of Management Department, Management Study Program, Faculty of Economics, Medan State University, 2022.

This study aims to determine and explain the influence of Perceptions and Preferences on the Purchase Decision of Etawa Milk at UD Amri, Tinggi Raja District, Asahan Regency, both partially and simultaneously. This research was conducted in Tinggi Raja District, Asahan Regency. The population in this study amounted to 339, with a total sample of 184 respondents. Consumers who are respondents are consumers who have bought etawa milk at UD Amri. Data collection techniques used are observation, literature study, interviews and through a questionnaire (Questionnaire) whose measurement uses a Likert scale. The data analysis technique used is the Multiple Regression Analysis method with the equation $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ and processed with the SPSS 25.0 for windows program.

The results showed that the Perception (X1) and Preference (X2) variables simultaneously had a significant effect on Purchasing Decisions (Y). this can be seen from the F-count value of 4.0557 and the F-table of 3.05, so that the $F\text{-count} = 4.055 > F\text{-table} = 3.05$ at the significance of = 5%. Where the big influence between Perception and Preference variables on Purchase Decision is 63.3% which is indicated by the Coefficient of Determination (R square) value of 0.633. While partially perception has an influence on purchasing decisions with a value of $t\text{-count} = 2.318 > t\text{-table} = 0.145$ and preferences affect Preference $t\text{-count} = 1.730 > t\text{-table} = 0.145$. The structural equation of the model that can be made is $Y = 3.131 + 0.346X_1 + 0.155X_2 + e$. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant influence between Perception and Preference on the Purchase Decision of Etawa milk at UD Amri, Tinggi Raja District, Asahan Regency.

Keywords : Perception, Preference and buying decision