

INTISARI

Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Gerai Az-Zahra, Gamping, Sleman, Yogyakarta” ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden yang pernah membeli di Gerai Az-Zahra. Tugas Akhir ini menjelaskan tentang pengaruh persepsi dari konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di Gerai Az-Zahra. Gerai Az-Zahra merupakan toko yang menyediakan pakaian, Jilbab, Mukena, *Accecorise* dan lain sebagainya. Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai hal. Hal-hal tersebut bisa dari kualitas produk maupun harga dari produk yang dijual. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari pengamatan penulis, diketahui bahwa Gerai Az-Zahra memiliki dengan kualitas produk yang sesuai dengan harga jualnya. Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang dijual akan menarik minat konsumen yang selanjutnya akan menimbulkan keputusan pembelian dari konsumen tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menyebarkan kuesioner ke 60 responden yang pernah membeli di Gerai Az-Zahra dan kemudian diolah dengan menggunakan metode regresi sederhana menyatakan nilai signifikan penelitian Tugas Akhir ini adalah $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima atau dapat dikatakan bahwa variabel persepsi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel (Y).

Kata kunci: Persepsi, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Final Project entitled "Consumer Perceptions Influence Purchase Decision Against outlets Az-Zahra, Gamping, Sleman, Yogyakarta" This is the result of research conducted by spreading questionnaires to 60 respondents who had bought at outlets Az-Zahra. This final project describes the influence of the consumer perception on consumer purchasing decisions at the Outlet Az-Zahra. Az-Zahra stores are stores that provide clothing, Hijab, Mukena, accesorise and so forth. Consumer purchasing decisions can be influenced by many things. These things can of product quality and price of products sold. Based on the research results obtained from observations of the author, it is known that the outlet Az-Zahra has particularly with the quality of products in accordance with the selling price. Price according to the quality of the products sold will be intersting consumer interest which in turn will cause the purchasing decisions of consumers.

Based on the results of research by distributing questionnaires to 60 respondents who had bought at outlets Az-Zahra and then processed using regression methods sederhana expressed significant research value of this Final Project is $0.000 < 0.05$, which means that H_0 is rejected and H_a accepted or it can be said that the variable perception (X) has an influence on the variable (Y).

Keywords: Perception, Product Quality, Price, Decisions Purchase.