

INTISARI

Skripsi ini membahas tentang pengaruh persepsi konsumen pada harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja. Obyek dalam penelitian ini yaitu Pusat Perbelanjaan Ramayana departemen Store di Malioboro Yogyakarta. Obyek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan kriteria pernah melakukan pembelian di Pusat Perbelanjaan Ramayana departemen Store di Malioboro Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan bahwa Harga(X_1), Promosi(X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) mempunyai pengaruh serempak dan signifikan terhadap keputusan konsumen berbelanja diterima kebenarannya hal ini dibuktikan dengan uji signifikansi atau uji F pengaruh serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya adalah signifikan karena nilai P sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.0.

Kata kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Konsumen.

ABSTARCT

This thesis discusses the influence of the perception of price, promotion and quality of services to the consumer's decision to shop. Object in this research Ramayana Department Store Shopping Center in Malioboro Yogyakarta. Object in this research are students of University of Muhammadiyah Yogyakarta with criteria never make purchases at Ramayana Department Store Shopping Center in Malioboro Yogyakarta. Sampling techniques in this study using purposive sampling technique and using multiple linear regression analysis.

Based on the results of hypothesis testing is done can be seen the hypothesis that the price (X1), promotion (X2) and quality of service (X3) influence the simultaneous and significant to decision of consumers shopping accepted as true this is evidenced by the significance test or F test the effect of simultaneous independent variable on the dependent variable is significant because the P value sig for 0000 is smaller than 0.0.

Keywords: Pricing, Promotion, Service Quality and Consumer Decision.