

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KERGAMAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Optik Gelora Cabang Cukir)**

ABSTRAK

Oleh:

Istiyana

Dosen Pembimbing

Wenda Wahyu C, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Optik Gelora Cabang Cukir). Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional, yakni penelitian yang bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan antara dua variabel-variabel yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yakni metode riset yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai dalam meneliti populasi dan sampel tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli kacamata di Optik Gelora Cabang Cukir yang tidak diketahui jumlahnya. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 96 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *Accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu statistik SPSS statistic 21 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PRODUCT DIVERSITY ON THE
BUYING DECISION
(Case Study of Consumer in Optic Gelora Cukir)**

**By :
Istiyana**

**Mentor :
Wenda Wahyu C, SE., MM**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception and product diversity on the buying decision (Case Study Consumer in Optic Gelora Cukir). This type of research is a type of correlational research, namely research that aims to determine whether there is a relationship between two variables or more and how much correlational or relationship that exists in the variables studied.

This study uses a approach namely research methods based on the philosophy of positivism, used in researching a particular sample population. The population in this study were all consumers who ever bought glasses at the unknown amount Optic Gelora Cukir. While the sample in this study were 96 people taken using Accidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires. Data analysis method in this study using multiple linear regression analysis with SPSS statistical 21 for windows.

The results showed that price perception and product diversity significantly influence buying decision. Thus it can be concluded that price perception and product diversity influence buying decision.

Keywords: price perception, product diversity, buying decision