

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga dan Cita Rasa yang dilakukan secara bersama-sama (simultan) ataupun secara sendiri (parsial) terhadap Keputusan Pembelian produk Richeese Factory di Kota Jambi. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan Teknik Purposive Sampling untuk pengumpulan data dengan total 100 responden dan menggunakan alat analisis Regresi Linear Berganda pada aplikasi SPSS 29. Berdasarkan hasil uji F pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Harga dan Cita Rasa berpengaruh positif secara bersama-sama (simultan) terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil Uji T dapat disimpulkan bahwa kedua variabel Persepsi Harga dan Cita Rasa berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian. Peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan menambah variabel serta juga membedakan populasi dan sampel.

Kata Kunci : Persepsi Harga, Cita Rasa, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Perception of Price and Taste which is carried out jointly (simultaneously) or individually (partially) on Purchasing Decisions for Richeese Factory products in Jambi City. This research is a type of quantitative research that uses Purposive Sampling Technique for data collection with a total of 100 respondents and uses Multiple Linear Regression analysis tools in the SPSS 29 application. Based on the results of the F test in this study, it can be concluded that the variables of Price Perception and Taste have a positive effect together (simultaneously) on Purchasing Decisions. Based on the results of the T test, it can be concluded that the two variables of Price Perception and Taste have a positive effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Price Perception, Taste, Purchase Decision