

Persepsi Harga Dan Persepsi Kualitas Dengan Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Di Rw 005 Tanjung Barat

Oleh

Nur Rahmah Maulidina

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara persepsi harga dan persepsi kualitas yang mendorong konsumen untuk melakukan minat beli Sepeda Motor Merek Yamaha Di Rw 005 Tanjung Barat. Persepsi Harga dipengaruhi oleh daya beli, perbandingan harga dengan produk lain, dan harga yang ditetapkan. Persepsi kualitas dipengaruhi oleh ketangguhan, desain produk, bentuk fisik, dan citra dan reputasi produk. Terdapat tiga tahap dalam melakukan minat beli yaitu informasi produk, keinginan untuk memiliki produk, dan keinginan prefensial. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini persepsi harga dan persepsi kualitas memiliki hubungan signifikan positif dengan minat beli.

Kata Kunci : persepsi harga, persepsi kualitas, minat beli.

Price Perception and Perceived Quality On Purchase Intention In Yamaha Motorcycle Brand in Rw 005 Tanjung Barat

By

Nur Rahmah Maulidina

Abstract

This study was conducted to look at the relationship between price perception and perceived quality to make purchase intention in Yamaha Motorcycle Brand in Rw 005 Tanjung Barat. Price perception is influenced by purchasing power, price comparison with other products, and set price. Perceived quality is influenced by toughness, product design, physical form, and product image and reputation. There are three stages in purchase intention that is product information, desire to have product, and prefensial desire. Data collection techniques using primary data by spreading questionnaires to 50 respondents. The sampling technique in this research is non probability sampling with purposive sampling method. Mechanical analysis using analysis Partical Least Square (PLS). The results of this study price perception and perceived quality has a significant positive effect on purchase intention.

Keywords : *price perception, perceived quality, and purchase intention.*