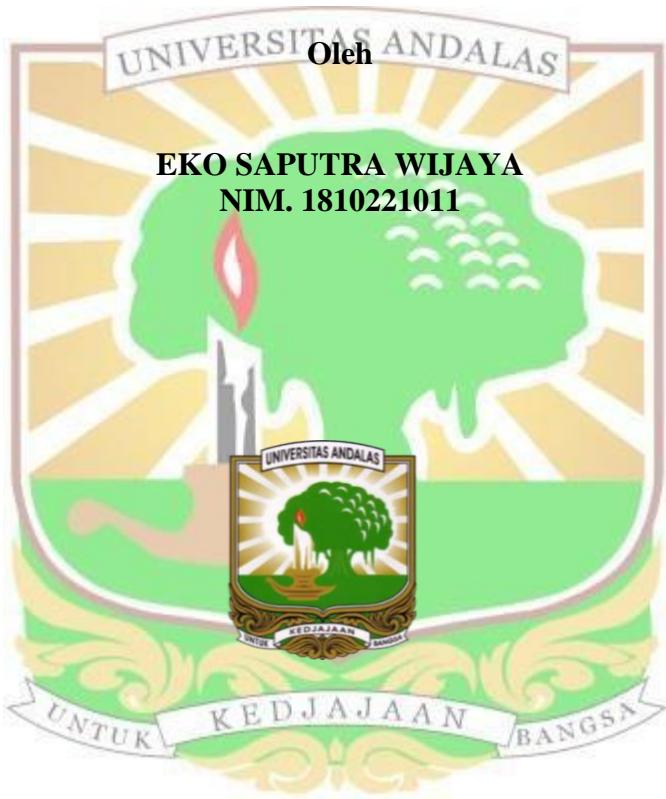


**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN BUAH DAN SAYURAN DI
TRANSMART PADANG**

SKRIPSI



**Pembimbing I : Cipta Budiman, S.Si., M.M.
Pembimbing II : Mahdi, S.P., M.Si., Ph.D.**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2022**

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BUAH DAN SAYURAN DI TRANSMART PADANG

Abstrak

Bisnis ritel merupakan keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dari manajemen perusahaan, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Pentingnya penelitian konsumen ini untuk mengetahui sejauh mana kebutuhan konsumen dan bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang dikonsumsinya. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh keragaman produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Transmart Padang. Metode yang digunakan yaitu metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,075 dan signifikansi 0,041. (2) persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 2,183 dan signifikansi 0,031. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 4,812 dan signifikansi 0,000. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk menambah variabel lain diluar penelitian ini seperti variabel promosi, lokasi, kualitas produk, *atmosphere* toko, *experiential marketing* dan variabel-variabel lainnya.

Kata kunci: keputusan pembelian, keragaman produk, kualitas pelayanan, persepsi harga

THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY, PRICE PERCEPTION AND QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS OF FRUITS AND VEGETABLES AT TRANSMART PADANG

Abstract

Retail business is a business activity involving the sale of goods or services which are carried out by the company. Marketing is one of the most important factors of company management, because marketing will directly affect the smoothness and success of the company in achieving its goals. The importance of this consumer research is to find out the extent of consumer needs and how consumers respond to the products they consume. The purpose of this study is to analyze the effect of product diversity, price perception and service quality on consumer purchasing decisions at Transmart Padang. The method used is a non-probability sampling method with an accidental sampling technique. The results of this study indicate that (1) product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of 2.075 and a significance of 0.041. (2) price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t value of 2.183 and a significance of 0.031. (3) service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of 4.812 and a significance of 0.000. Suggestion for further research is to add other variables outside this research such as, promotion variables, location, product quality, store atmosphere, experiential marketing and others.

Keywords: purchase decision, product diversity, quality of service, price perception