PENGARUH KESADARAN MEREK, HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SONGKET "PANDAI SIKEK" DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

OLEH :

Dea Cyntika Usmed

1610526023

Pembimbing:

Asmi Abbas, SE, MM

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

No. Alumni Universitas :	DEA CYNTIKA USMED	No. Alumni Fakultas :

a). Tempat / Tgl Lahir : Padang/ 02 Februari 1994, b). Nama Orang Tua : Wira Usmed dan Nofitri Hamelda c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e). No Bp : 1610526023, f). Tanggal Lulus : 15 Januari 2019, g). IPK :3.01 h). Prediksi Kelulusan : Memuaskan, i). Lama Studi : 2 Tahun 5 Bulan, j). Alamat: Jalan gurun laweh nan xx komp gurun indah blok b4 kecamatan lubuk begalung sumatera barat.

PENGARUH KESADARAN MEREK, HARGA, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SONGKET PANDAI SIKEK DI KOTA PADANG

Skripsi S1 oleh : Dea CyntikaUsmed
Pembimbing: Asmi Abbas, SE., MM.

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah tahap akhir keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan adanya faktor kesadaran merek, harga dan persepsi kualitas dapat membuat seseorang memutuskan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran merek, harga dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian songket pandai sikek di Kota Padang. Populasi penelitian ini adalah seluruh orang yang pernah membeli songket pandai sikek di Kota Padang. Sample penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini meneliti sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis dengan *Uji Uji Parsial (uji t)*. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa kesadaran merek, harga dan persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi menunjukan nilai sebesar 0,679 berarti pengaruh kesadaran merek, harga dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian sebesar 67,9%. dan sebesar 32,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: **Kesadaran merek, harga , persepsi kualitas, keputusan pembelian**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal **15 Januari 2019**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	**Asmi Abbas, SE,MM.**	**Dr. Verinita, SE,MSi.**	**Dr. Syafrizal, SE.ME**

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE., M.Si
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/ Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas	Nama:	Tanda Tangan: