

ABSTRAK

Laura Yulisha Amanda Citra. 3402200379 “Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya” Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Anisa Lisara, S.Pd., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? 3) Bagaimana pengaruh persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. 2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. 3) pengaruh persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang diperoleh menggunakan Analisis Koefisien Korelasi, Analisa Uji Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi Parsial (Uji-t), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1) persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 34,2% dan sisanya 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain. 2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 55,8% dan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan 3) persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 60,2% dan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya meningkatkan dan mempertahankan persepsi yang baik agar menjadi pertimbangan yang baik dalam pemilihan produk dan juga meningkatkan kualitas produk pada tas Papillon sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian