

ABSTRAK

Risma DF, 2025 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Heaven Scent Di Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas PGRI Madiun. Dosen Pembimbing: (I) Dr. Kurniawati Hasanah, S. E., M. M. (II) Hendra Setiawan, S. E., M. M.

Industri parfum di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Parfum kini tidak hanya digunakan untuk menunjang penampilan, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup dan ekspresi diri (Subiya & Wijaya, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian parfum heaven scent di kota madiun. Sampel dapat diambil jika populasinya tidak dapat ditentukan melalui rumus (Lemeshow, 1997) dengan total 384 sampel. hasil dari olah data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan di mana untuk menguji keempat hipotesis pada penelitian ini, yang meliputi pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan terhadap terhadap keputusan pembelian, kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Risma, D. F. (2025). The Influence of Price Perception, Service Quality, and Product Quality on Purchasing Decisions of Heaven Scent Perfume in Madiun City. Undergraduate Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, PGRI University of Madiun. Supervisors: (I) Dr. Kurniawati Hasanah, S.E., M.M. (II) Hendra Setiawan, S.E., M.M.

The perfume industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years. Perfume is no longer used solely to enhance appearance, but has also become part of a lifestyle and a means of self-expression (Subiya & Wijaya, 2024). This study aims to provide empirical evidence regarding the positive influence of price perception, service quality, and product quality on purchasing decisions of Heaven Scent perfume in Madiun City. The sample was determined using the Lemeshow formula (1997) due to the unknown population size, resulting in a total of 384 respondents. Based on the results of data processing and hypothesis testing conducted to examine the three hypotheses in this study—namely the effect of price perception, service quality, and product quality on purchasing decisions—it can be concluded that price perception has a significant effect on purchasing decisions, service quality has a significant effect on purchasing decisions, and product quality has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Product Quality, Purchasing Decision, Price, Service Quality*