

## ABSTRAK

### PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK GULA TROPICANA SLIM PADA SUPERMARKET INDOGROSIR YOGYAKARTA

Felita Ersalina

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nilai dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk gula Tropicana Slim pada konsumen Indogrosir. Dimana diajukan dua variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu persepsi nilai dan kepercayaan berperan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian berperan sebagai variabel terikat.

Dalam penelitian ini data diperoleh dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menitikberatkan pada pengujian hipotesis yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampling tertentu dengan menyebar kuisioner terhadap 100 orang responden yang melakukan pembelian terhadap produk gula Tropicana Slim yang berada di Supermarket Indogrosir. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang telah diperoleh berupa analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis lewat uji F dan uji t serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh persepsi nilai dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk gula Tropicana Slim pada konsumen supermarket Indogrosir.

Kata Kunci : Persepsi Nilai, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian.

## ABSTRACT

### VALUE PERCEPTION AND BELIEF TOWARDS THE PURCHASE DECISION OF TROPICANA SLIM DIET SUGAR OF INDOGROSIR CONSUMERS IN YOGYAKARTA

Felita Ersalina

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2017

This research aimed at knowing the value perception and belief towards the purchasing decision of Tropicana Slim diet sugar of Indogrosir consumers. The data of this research were obtained using survey.

The sampling group consisted of 100 consumers who had purchased the product at Indogrosir Supermarket. The data were analysed using quantitative and qualitative analysis. The quantitative analysis employed was regression analysis.

The result of this research showed that value perception and belief did not influence purchase decision of Tropicana Slim diet sugar of Indogrosir supermarket consumers.

Keywords: value perception, belief, purchase decision