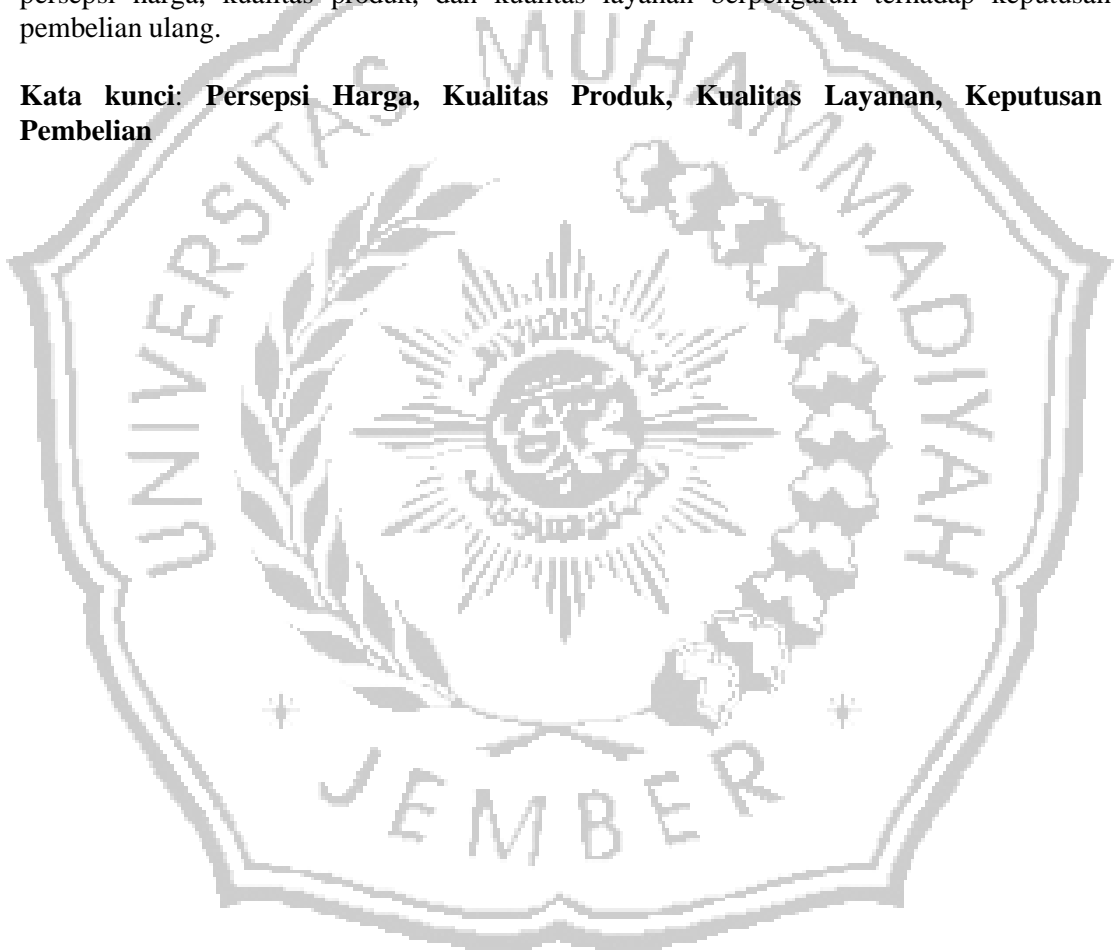


## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel yaitu persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis dalam penelitian ini persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial. Objek penelitian ini adalah pelanggan Kober Mie Setan Jember yang memiliki jumlah populasi 100 responden menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.

**Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian**



## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of three variables, namely price perception, product quality, and service quality on purchasing decisions. The hypothesis in this study the perception of price, product quality, and service quality affects the purchasing decisions partially. The object of this study is Kober Mie Setan Jember customers who have a population of 100 respondents using purposive sampling techniques. Data collection techniques using observation, interviews and questionnaires. The analysis used includes validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis test (t test, coefficient of determination). The results showed that the perception of price, product quality, and service quality influences repurchase decisions.*

**Keywords: Price Perception, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions**

