

ABSTRAK

NURUL HAMIDAH, 20111081

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
FIFGROUP SURABAYA 3**

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan
Keputusan Pembelian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada FIFGRUOP Cabang Surabaya 3. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampling menggunakan rumus slovin. Metode analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan variabel persepsi harga, kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Secara parsial variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Kemudian variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Selanjutnya yaitu variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.