

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

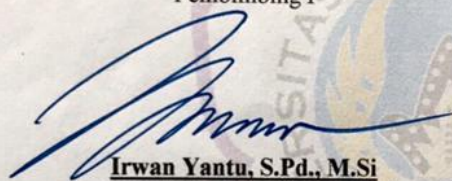
**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT
ELEKTRONIK DI MITRA ELECTRONIC SUPERSTORE**

KOTA GORONTALO

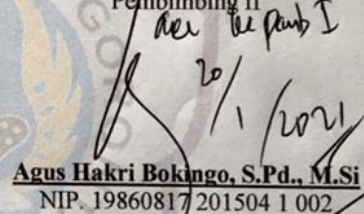
OLEH:
Dewi Purwati Umadji
NIM : 931 416 100

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I

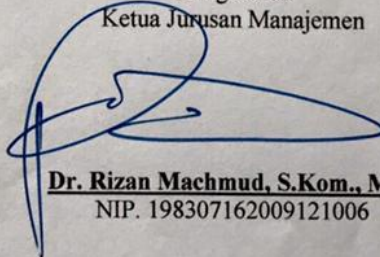

Irwan Yantu, S.Pd., M.Si
NIP. 19731020 200312 1 001

Pembimbing II

dan pemb I
20/1/2021

Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si
NIP. 19860817 201504 1 002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT ELEKTRONIK DI MITRA
ELECTRONIC SUPERSTORE
KOTA GORONTALO

Oleh
Dewi purwati umaji
NIM. 931416100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 22 Januari 2021

Waktu : 16:00:00

Penguji

1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
2. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004
3. IRWAN YANTU, S.Pd., M.Si
NIP.197310202003121001
4. AGUS HAKRI BOKINGO, S.Pd., M.Si
NIP.198608172015041002

1.....

2.....

3.....

4.....



Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Dewi Purwaty Umadji. 2020. *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Di Mitra Electronk Superstore Kota Gorontalo*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I : Irwan Yantu, S.Pd., M.Si Pembimbing II : Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian alat elektronik pada Mitra Electronic Superstore Kota Gorontalo.

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan. Dari hasil wawancara terhadap Pemilik Toko Mitra Electronic Superstore. berdasarkan sampel adalah 45 orang dan penyebaran kuisioner dilakukan dengan cara *accidental sampling*, artinya yang dijadikan sampel adalah para konsumen yang ditemui di lokasi penelitian bila dipandang cocok dan memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Hasil uji penelitian membuktikan beberapa fakta bahwa: (1) konsumen di Toko Mitra Electronic Gorontalo , berdasarkan jenis kelaminnya, yang terbanyak adalah konsumen perempuan, dikarenakan perempuan lebih emosional dalam berbelanja, perempuan lebih cenderung berlama-lama atau betah dalam berbelanja dan sebagian besar perempuan merasakan berbelanja adalah hal yang menyenangkan. Hal ini yang menyebabkan konsumen perempuan lebih banyak dari konsumen laki-laki di Toko Mitra Electronic Gorontalo . (2) sebagian besar konsumen Toko Mitra Elektronik masih berusia muda (produktif) yaitu 21 sampai 30 tahun. (3) konsumen Toko Mitra Electronic Gorontalo yang paling banyak adalah yang berpenghasilan 1-3 juta karena konsumen Toko Mitra Elektronik Superstore didominasi diminati yang berpenghasilan cukup dikarenakan harga yang di tawarkan Toko Mitra Electronic Gorontalo cukup terjangkau. (4) Toko Mitra Electronic Gorontalo didominasi diminati oleh Masyarakat yang ada di Gorontalo.

Kata Kunci: Harga Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Dewi Purwaty Umadji. 2020. *The Influence of Price on Purchase Decision of Electronic Devices at Mitra Electronic Superstore in Gorontalo City*. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Gorontalo. The principal supervisor is Irwan Yantu, S.Pd., M.Si., and the co-supervisor is Agus Hakri Bokingo, S.Pd., M.Si.

The research aims to find out the influence of price on the purchase decision of electronic devices at Mitra Electronic Superstore in Gorontalo City.

The research populations are customers based on result of interview with owner of Mitra Electronic Superstore. Meanwhile, the samples are 45 people, and questionnaire is distributed to samples through accidental sampling, or the samples are consumers who are met in the research location that are considered suitable and meeting criteria as a source of data.

The research finding confirms several facts which are: (1) most consumers at Mitra Electronic Superstore, based on sex, are female due to women are more emotional in shopping, tend to be lingering in the store, and most of them consider shopping as a joyful activity. Therefore, it causes female consumers are more dominant than males at Mitra Electronic Superstore. (2) The vast majority of consumer at Mitra Electronic Superstore is young (productive age) from 21 to 30 years. (3) Most consumers at Mitra Electronic Superstore are paid from 1 to 3 million rupiahs, or consumers who earn enough due to the price at the store are fairly inexpensive. (4) Mitra Electronic Superstore is dominated by Gorontalo citizen.

Keywords: Price, Purchase Decision

