

ABSTRAK

Maria Sriputri Ningsih Bu'ulolo. Analisis Kualitas Informasi dan persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kosmetik Underprice Medan. Dibimbing oleh Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, M.M dan Binsar Sihombing, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas informasi dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Kosmetik Underprice Medan. Industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Toko Kosmetik Underprice Medan mengalami fluktuasi dan tidak mencapai target penjualan, untuk mencapai target dalam penjualan, Toko Kosmetik Underprice Medan perlu menganalisis faktor-faktor kualitas informasi dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Kosmetik Underprice Medan. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal untuk mengetahui alasan konsumen melakukan keputusan pembelian dan teknik survei terhadap 100 responden yang telah berbelanja produk kecantikan di Toko Kosmetik Underprice Medan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian persepsi konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas informasi dan persepsi konsumen secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi sebesar 88,5% yang memiliki kemampuan yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Informasi, Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRAK

Maria Sriputri Ningsih Bu'ulolo. *Analysis Information Quality and Consumer Perceptions On Purchasing Decisions at Toko Kosmetik Underprice Medan. Supervised by Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, M.M and Binsar Sihombing, S.E., M.Si.*

This studi aims to analyze information quality and consumer perceptions on purchasing decisions at Toko Kosmetik Underprice Medan. The beauty industry in Indonesia has experienced veri significant growth. Toko Kosmetik Underprice Medan has experienced fluctuations and has not achieved its sales target, to achieve its sales target, Toko Kosmetik Underprice Medan needs to analyze the factors of information quality and consumer perceptions towards purchasing decisions at the Toko Kosmetik Underprice Medan. This study uses a quantitative approach with a causal asociative approach to find out the reasons why consumer make purchasing decisions and survey techniques for 100 respondents who have shopped for beauty products at the Toko Kosmetik Undeprice Medan. The results of this study indicate that information quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, then consumer perception partially has a positive and significant effect on purchasing decision, and simultaneously information quality and consumer perceptions together influence purchasing decisions. The coefficient of determination value is 88,5% which has a strong ability to influence purchasing decisions.

Keywords:*Information Quality, Consumer Perceptions, Purchasing Decisions.*