

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ZEBRA WALL *OUTDOOR ACTIVITY*

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Sunan Gunung Djati Bandung)

Oleh:

Harly Gustian Sulistio

1138020094

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh ketahanan terhadap keputusan pembelian, (2) Pengaruh keandalan terhadap keputusan pembelian, (3) Pengaruh kesesuaian spesifikasi terhadap keputusan pembelian, (4) Pengaruh ketahanan, keandalan dan kesesuaian spesifikasi terhadap keputusan pembelian. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menggunakan produk Zebra Wall *Outdoor Activity*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 65 orang dengan menggunakan metode *incidental sampling* (sampling kebetulan). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang dioperasikan melalui aplikasi SPSS (*Statistical Product Service Solution*) versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Ketahanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,747 > 1,669$); (2) Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,476 > 1,669$); (3) Kesesuaian spesifikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,160 > 1,669$); (4) Ketahanan, keandalan dan kesesuaian spesifikasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($26,285 > 2,75$) dan *R Square* (R^2) dengan nilai 0,564. Ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh ketahanan, keandalan dan kesesuaian spesifikasi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 56,4%, sedangkan 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Ketahanan, Keandalan, Kesesuaian Spesifikasi, Keputusan Pembelian.