

## **ABSTRAK**

Bisnis ritel adalah transaksi penjualan barang atau jasa yang dilakukan baik jumlah satuan atau eceran. Salah satu pilihan konsumen untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder atau tersier yaitu membeli kepada bisnis ritel, karena harga yang relatif lebih murah dengan jumlah yang banyak. toko Cemara dua merupakan salah satu bisnis ritel yang bergerak di bidang penjualan alat alat konfeksi yang diantaranya menjual kain, benang, dan alat konfeksi lainnya. Permasalahan pada keputusan pembelian konsumen yaitu tujuan dalam membeli sebuah produk, dan konsumen tidak melakukan pembelian ulang, yang disebabkan oleh penetapan harga yang tidak terjangkau atau harganya tinggi dan harga tidak dapat bersaing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Cemara dua. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan penyebaran angket. Teknik analisis data yang akan diuji yaitu uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi dan uji t.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dapat dilihat dari nilai R Square 458 artinya bahwa penetapan harga berpengaruh sebesar 45,8% terhadap keputusan pembelian dan sisanya sebesar 54,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti ketersediaan barang dan kualitas pelayanan.

Saran yang dapat peneliti berikan kepada pemilik usaha toko Cemara dua sebaiknya melakukan perbandingan harga sesuai kebutuhan konsumen dan harga para pesaing agar harga dapat terjangkau oleh konsumen dan dapat bersaing dengan sekitarnya, karena harga itu sendiri merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh konsumen untuk menjadikan proses keputusan pembelian.

***Kata kunci : Penetapan Harga, Keputusan Pembelian Konsumen***

## **ABSTRACT**

Retail business is a sales transaction of goods or services carried out either in units or retail quantities. One of the choices of consumers to meet primary, secondary or tertiary needs is to buy from retail businesses, because prices are relatively cheaper with large quantities. Cemara dua shop is as one of the retail businesses engaged in the sale of confectionery tools which include the sale of cloth, yarn, and other confectionery tools. The problem is consumer purchasing decisions, the purpose of buying a product, and consumers do not repurchase, which are caused by pricing that is not affordable or the price is high and prices cannot be competitive.

This research aims to determine how much influence pricing has on consumer purchasing decisions at the Cemara Dua store. This research uses a descriptive method with a quantitative approach. The technique of collecting data in this research is to use primary data and direct research in the form of interviews, observations and questionnaires. The techniques of data analysis that will be tested are validity test, reliability test, simple linear regression, spearman rank correlation coefficient, coefficient of determination and t test.

From research results, it is known that pricing has an effect on consumer purchasing decisions, it can be seen from the R Square value of 458, indicating that pricing has an effect of 45.8% of purchasing decisions and the remaining 54.2% is influenced by other factors not investigated, such as availability of goods and customer service quality.

Suggestions that researchers can give to the business owner of the Cemara Dua shop should compare prices according to consumer needs and the prices of competitors so that prices can be affordable for consumers and can be competitive with their surroundings, it is important that the price itself is one of the things that is considered by consumers to make the purchasing decision process.

***Keywords: Pricing, Consumer Purchasing Decisions***

## ABSTRAK

Bisnis ritel nyaeta transaksi penjualan barang atawa jasa anu dipigawe sae jumlah hijian atawa eceran. Salah sahiji pilihan konsumen kangge nyumponan kaperluan primer, sekunder atawa tersier nyaeta meser ka bisnis ritel, margi pangaos anu relatif langkung mirah kalawan jumlah anu seueur. Toko Cemara Dua mangrupa salah sahiji bisnis ritel anu usik di widang penjualan pakakas konfeksi anu diantarana ngical lawon, benang, sarta pakakas konfeksi lainna. Masalah sareng kaputusan méser konsumen mangrupikeun tujuan meser produk, sareng konsumen henteu ngajantenkeun, anu disababkeun ku harga anu teu tiasa dicapai atanapi harga anu luhur sareng harga teu tiasa bersaing.

Panalungtikan ieu boga tujuan kanggo terang sabaraha ageung pangaruh penetapan pangaos ka kaputusan ngagaleuh konsumen dina Toko Cemara dua. Panalungtikan ieu ngagunakeun padika deskriptif sareng pendekatan kuantitatif. Tehnik pangumpulan data dina panalungtikan ieu nyaeta ngagunakeun data primer sarta panalungtikan langsung mangrupi wawancara, observasi, sarta pambagean angket. Tehnik analisis data anu bade diuji nyaeta uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, koefisien determinasi sareng uji t.

Tina hasil panalungtikan ieu tiasa dipikanyaho penetapan pangaos boga pangaruh ka kaputusan ngagaleuh konsumen, perkawis ieu tiasa ditingali ti peunteun R Square 458 hartina penetapan pangaos boga pangaruh sagede 45,8% ka kaputusan ngagaleuh sarta sesana 54,2% dipangaruhan ku faktor sanes anu henteu ditalungti, sapertos kasadiaan barang sareng kualitas pelayanna.

Bongbolangan anu tiasa abdi bikeun ka nu boga usaha Toko Cemara Dua sasaena ngabandingkeun pangaos luyu kaperluan konsumen sarta pangaos jeng para pesaing supados pangaos tiasa kahontal ku konsumen sarta tiasa bersaing kalawan sakurilingna, margi pangaos eta sorangan mangrupa salah sahiji perkawis anu kudu diperhatikeun ku konsumen kanggo ngajadikeun proses kaputusan ngagaleuh.

***Konci: Harga, kaputusan ngagaleuh konsumen***