

## ABSTRAK

MUH. RHEZA AP, 2024. *Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Pegadaian Kantor Wilayah IV Makassar*. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Moh. Aris Pasigai** dan Pembimbing II **Zalkha Soraya**.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Emas Lelang di PT. Pegadaian Kantor Wilayah IV Makassar. Besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan Accidental sampling yaitu sebanyak 92 Konsumen. Sampel ditentukan dalam penelitian ini menggunakan teknik Accidental sampling, sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui kuesioner. Pengolahan dan analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi dan uji parsial (Uji t).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 1,2%, berdasarkan nilai koefisien menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga berpengaruh sebesar 1,2% terhadap variabel keputusan pembelian Emas Lelang, sedangkan sisanya sebesar 98,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.**

## **ABSTRACT**

**MUH. RHEZA AP, 2024.** *The Influence of Price Perceptions on Purchasing Decisions at PT. Pegadaian Kantor Wilayah IV Makassar. Thesis for the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Supervisor I Moh. Aris Pasigai and Supervisor II Zalkha Soraya.*

*This research aims to find out whether Price Perception has a positive and significant effect on Auction Gold Purchasing Decisions at PT. Pegadaian Kantor Wilayah IV Makassar. The sample size was determined using accidental sampling, namely 92 consumers. The sample was determined in this research using an accidental sampling technique, while the data collection technique was through a questionnaire. Data processing and analysis uses simple linear regression analysis techniques, coefficient of determination test and partial test (t test).*

*The results of data analysis show that the coefficient of determination is 1.2%. Based on the coefficient value, it shows that the Price Perception variable has an influence of 1.2% on the Auction Gold purchasing decision variable, while the remaining 98.8% is influenced by other variables which were not examined in this research.*

**Keywords: Price Perception, Purchasing Decision.**