

ABSTRAK

Pengaruh Dimensi Citra Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Department Store di Kota Padang

Oleh: Helga Laserli

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) Pengaruh level citra harga (*price-level image*) terhadap minat beli konsumen pada Matahari Department Store di Kota Padang, (2) Pengaruh nilai uang (*value for money*) terhadap minat beli konsumen pada Matahari Department Store di Kota Padang (3) Pengaruh persepsi harga (*price perceptibility*) terhadap minat beli konsumen pada Matahari Department Store di Kota Padang, (4) Pengaruh kemampuan proses harga (*price processibility*) terhadap minat beli konsumen pada Matahari Department Store di Kota Padang dan (5) Pengaruh evaluasi kepastian (*evaluation certainty*) terhadap minat beli konsumen pada Matahari Department Store di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Penelitian ini dilakukan di Matahari Department Store Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Matahari Department Store di Kota Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 130 orang dengan metode *purposive sampling*. Data primer penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada sampel/responden penelitian. Data sekunder didapatkan dengan cara meminta langsung kepada Matahari Department Store Kota Padang. Data yang telah terkumpul tersebut lalu dianalisis secara statistik dengan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) level citra harga (*price-level image*) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Cabang Padang. (2) nilai uang (*value for money*) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Cabang Padang. (3) persepsi harga (*price perceptibility*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Cabang Padang. (4) kemampuan proses harga (*price processibility*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Cabang Padang. (5) evaluasi kepastian (*evaluation certainty*) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Matahari Department Store, Tbk Cabang Padang.