

ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, *Personal Selling* terhadap Minat Beli Konsumen Perumahan *New Pekonina Residence***
(dibimbing oleh Jul Aidil Fadli).
Nama : Seli Nadya Ulfah
Program Studi : Manajemen Bisnis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, *Personal Selling* terhadap Minat Beli Konsumen Perumahan *New Pekonina Residence*. Dalam penelitian ini yang responden konsumen perumahan *New Pekonina Residence* dengan jumlah 100 responden, data dikumpulkan, sampel ditentukan oleh peneliti sebanyak 100 dikarenakan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. dikatakan *simple* atau sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Penentuan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya ditentukan menggunakan rumus Slovin. Metode kuisioner digunakan untuk mengetahui respon responden untuk setiap variabel, dan dengan menggunakan metode uji asumsi klasik dan metode statistik menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli Konsumen secara parsial, Persepsi Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen secara parsial, *Personal Selling* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen, sedangkan Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, *Personal Selling* memiliki pengaruh secara bersama-sama dan Persepsi Kualitas Produk yang berpengaruh paling dominan mempengaruhi Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, *Personal Selling*, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Title : *The Effect of Price Perception, Product Quality Perception, Personal Selling on Consumer Purchase Interest in New Pekonina Residence Residential*
(guided by Jul Aidil Fadli).
Name : Seli Nadya Ulfah
Program : Business Management

The purpose of research is to determine the effect of the price perception, product quality perception, personal selling on consumer purchase interest in Perumahan New Pekonina Residence. The respondents of this study are 100 of Perumahan New Pekonina Residence's consumers. In collecting data, the samples were determined by the researcher as many as 100, because of using probability sampling techniques with simple random sampling method. Simple because of sampling members of the population is taken randomly without regard to strata that exist in the population. The determination of the sample size of a known population is using of Slovin formula. The questionnaire method used to determine the respond of the respondents for each variable, by using the classical assumption test method and statistical method with Multi Linear Regression Analysis method. The result of this study stated that the Price Perception, Product Quality Perception, and Personal Selling has positive effect on Consumer partially, whereas Price Perception, Product Quality Perception, Personal Selling has a join effect into Consumer Purchase Interest. The Product Quality Perception is the most dominant influence to influencing the Consumer Purchase Interest.

Keywords: *Price Perception, Product Quality Perception, Personal Selling, Consumer Purchase Interest.*