

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN *THRIFTING* PADA TOKO  
*HANNYHOLLY* KEDATON BANDAR LAMPUNG**

**Fransiska Adelina Situmorang**

**20612010022**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian *thrifting* pada Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung. Persepsi harga merupakan bagaimana konsumen melihat sebuah harga karena harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian merupakan bagaimana konsumen memutuskan membeli suatu barang sebelum menentukan keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan rumus *lemeshow* dengan menggunakan 100 sampel. Pada hasil pengujian uji-t, variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dengan hasil analisis t-hitung (6,454) > t-tabel (1,661). Pada hasil uji *R Square* didapatkan hasil (0,298). Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh dari persepsi harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 29,8%. Variabel persepsi harga berpengaruh secara tidak efektif namun berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pakaian *thrifting* pada Toko *Hannyholly* Kedaton Bandar Lampung.

**Kata kunci: Persepsi Harga, Keputusan Pembelian**