

## **ABSTRAK**

**Jamilatul Fitriyah. 2022 persepsi konsumen dalam membeli produk ms glow di lembenah montorna pasongsongan sumenep** Skripsi: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wiraraja Madura. Pembimbing Aryo Wibisono,SE.,M.M

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus agar menjadi gambaran yang berarti di dunia.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan populasi adalah masyarakat lembenah montorna pasongsongan sumenep. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini teknik non probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah Uji Statistik Deskriptif, Uji Kualitas data, Uji Asumsi Klasik, Uji regresi linier berganda, dan Uji Hipotesis.

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, lokasi berpengaruh secara simultan terhadap persepsi konsumen dalam membeli produk ms glow di lembenah montorna pasongsongan sumenep. Berdasarkan hasil Uji t menyatakan bahwa secara parsial variable harga, kualitas produk, lokasi, berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Minat Beli Ms Glow

## ABSTRACT

**Jamilatul fitriyah.2022 *Consumer Perception In Buying Products Ms Glow Di Lembanah Montorna Pasongsongan Sumenep* Thesis Management Study Program Faculty of Ekonomi and Busines, Wiraraja Univeresity, Madura. Supervisor Aryo Wibisono,ST.,MM**

*Perception is defined as the proces by wich a porsen selects, organizes and interprets stimuli so that they become a meaningluf picture of the world.*

*This type of research is a quantitative research, with the population is the Lembena Montorna Pasongsongan Sumenep community. The sampling technique. Data was collected by using a questionnaire technique. The data analysis used was descriptive statistical test, data quality test, classical assumption test, and hypothesis testing.*

*The study shows that price, product quality, location have a simultanieous effect on cunsumer perceptions in buying Ms Glow products at Lembenah Montorna Paongsongan sumenep. Based on the results of thet test, it is stated that partially the price, product quality, loctaion variabel have an effect on purchasing decisions.*

*Keyword : Price, Product Quality, Location, Buying Interst Ms Glow*