

ABSTRAK

Yogya merupakan bisnis ritel dari perusahaan PT. Akur Pratama yang bergerak dalam bidang usaha *retail*. Toserba Yogya sendiri merupakan suatu supermarket atau department store yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari baik berupa makanan maupun non-food. Mulai dari barang setengah jadi hingga barang jadi dari berbagai jenis merek dan jasa harga yang bervariasi pula. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya Bojongsong.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, dimana data yang didapatkan melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen Toserba Yogya Bojongsong yang berbelanja dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis linier sederhana.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial harga berpengaruh dengan nilai positif positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toserba Yogya Bojongsong. Berdasarkan koefisien determinasi, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 35,9% dan sisanya 64,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Ritel.