

ABSTRAK

Muhammad Fadillurrohman (1168020173): PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Konsumen Warkop Fajar 99 di jalan Manisi, Cibiru Bandung)

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen. Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian. Ketika semakin baik Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi yang strategis untuk konsumen, maka keputusan pembelian konsumen akan lebih baik

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Warkop Fajar 99 di Manisi, Cibiru Bandung, untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Warkop Fajar 99 di Manisi, Cibiru Bandung, untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Warkop Fajar 99 di Manisi, Cibiru Bandung, untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Warkop Fajar 99 di Manisi, Cibiru Bandung.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif verivikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang datang di Warkop Fajar 99 di Manisi Cibiru Bandung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode rumus slovin sebanyak 100 responden. Teknik pengolahan data yang digunakan meliputi analisis dekskriptif, Analisis Regresi Berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, uji simultan, uji parsial, uji koefisien determinasi dan uji korelasi.

Penelitian ini menghasilkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai thitung $<$ ttabel yaitu $3,787 < 1,984$ dan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel yaitu $2,931 > 1,984$. Nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,002 ($0,002 < 0,05$).

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai thitung $>$ ttabel yaitu $3,113 > 1,984$. Nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,004 ($0,004 < 0,05$). Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai Fhitung $>$ Ftabel yaitu $6,785 > 2,47$. Nilai signifikansinya yaitu $0,004 < 0,05$. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 57,8% yang berarti memiliki tingkat hubungan yang lumayan tinggi, sisanya sebesar 42,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian.