

# **Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Warung Makan Wira Baktiseraga**

Oleh

**Andika Triyanto, NIM 1917011037**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji: (1) pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian, (2) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dan (3) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, dan (5) pengaruh lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli warung makan wira yang berjumlah *infinite* dengan jumlah sampel sebanyak 100. Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode analisis data yaitu analisis regresi linier berganda. Uji Hipotesis menggunakan uji t dan uji F yang diolah dengan bantuan SPSS 25 *for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,049 < 0,05$ , (2) harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,026 < 0,05$ , (3) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,049 < 0,05$ , (4) promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dan (5) lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci :** Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

*This research was conducted to examine: (1) the effect of location on purchasing decisions, (2) the effect of price on purchasing decisions, and (3) the effect of product quality on purchasing decisions, (4) the effect of promotion on purchasing decisions, and (5) the effect of location , price, product quality, and promotion on purchasing decisions. This type of research is causalitative research. The population in this study were buyers of wira food stalls with an infinite number of samples with a total of 100. The sample technique used was simple random sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire with the method of data analysis, namely multiple linear regression analysis. The hypothesis test uses the t test and F test which are processed with the help of SPSS 25 for windows. The results of this study indicate that: (1) location has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.049 < 0.05$ , (2) price has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.026 < 0.05$ , ( 3) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.049 < 0.05$ , (4) promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , and (5) location, price, product quality, and promotion have a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Location, Price, Product Quality, Promotion, and Purchase Decision*

