

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilaksanakan di Wafe Metro Nganjuk. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengunjung cafe dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* didapat sampel sebanyak 75 responden. Data kuisisioner yang terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan software SPSS versi 21. Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa (1) secara parsial, kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan pada hasil coefficients sebesar 0,433 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,666. (2) secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan pada hasil coefficients sebesar 3,341 dengan tingkat signifikansi 0,001. (3) secara parsial, lokasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan pada hasil coefficients sebesar 1,507 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,136. (4) secara simultan terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price and location on purchasing decision. This research was conducted using quantitative research. The population in this study were all cafe visitors, using non-probability sampling techniques in a sample of 75 respondents. The questionnaire data collected was then analyzed using the multiple linear regression analysis method in SPSS software version 21. From the test results it can be seen that (1) partially, service quality has no effect and no significant effect on purchasing decisions. This is shown in the results of coefficients of 0,433 with a significance level of 0,666.(2) partially, price has a positive and significant effect on purchasing decisions. This is shown in the results of the coefficients of 3,341 with a significant level of 0,001. (3) partially, the location has no effect and is not significant effect on purchasing decisions. This is shown in the results of coefficients of 1,507 with a significance level of 0,136. (4) simultaneously there is a positive influence between service quality, price and location on purchasing decisions.

Key word : Service Quality, Price, Location, Purchasing Decisions.