

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa pengaruh tempat, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian studi kasus senewen time resto surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah konsumen senenwen time resto surabaya yang berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah non probability sampling. Sedangkan untuk metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode sample random sampling. Instrumen uji yang digunakan adalah analisi regresi linier berganda yang menggunakan software SPSS 21. Penelitian ini digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian ini data yang diperoleh sebagai berikut: Tempat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil T hitung (0,907) < T tabel (1,984) dengan nilai signifikan 0,367 < 0,05, Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil T hitung (1,978) < T tabel (1,98) dengan nilai signifikan 0,051 < 0,05, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil T hitung (5,173) > T tabel (1,984) dengan nilai signifikan 0,00 < 0,05, dan secara simultan tempat, harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0.000.

Kata Kunci : Tempat, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of place, price and product quality on purchasing decisions. Case study of Senewen Time Restaurant Surabaya. This study uses quantitative methods. The samples taken in this study were 100 consumers of Senenwen Time Restaurant Surabaya. The sampling technique used is non-probability sampling. While the sampling method used in this research is random sampling. The test instrument used was multiple linear regression analysis using SPSS 21 software. This study was used to examine the relationship between the independent variable and the dependent variable. Based on the results of this study the data. The results obtained are as follows: Place has no significant effect on purchasing decisions with the results of T count (0.907) < T table (1.984) with a significant value of 0.367 < 0.05, Price has no significant effect on purchasing decisions with the results of T count (1.978) < T table (1.98) with a significant value of 0.051 < 0.05. product quality has a significant effect on purchasing decisions with the results of T count (5,173) > T table (1,984) with a significant value of 0.00 < 0.05, and simultaneously where the place, price and product quality have a significant effect on purchasing decisions with a significant value of 0.000.

Keywords: Place, Price, Product Quality, Purchase Decision.