

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh harga terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, (2) pengaruh variasi menu terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, (3) pengaruh lokasi terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, (4) pengaruh *display layout* terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dan (5) pengaruh harga, variasi menu, lokasi dan *display layout* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,177 dengan nilai signifikansi  $0,860 > 0,05$ , dan koefisien regresi sebesar 0,009; (2) variasi menu berpengaruh positif terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,198 dengan nilai signifikansi  $0,030 > 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,208; (3) lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,512 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,610 > 0,05$ ; dan koefisien regresi sebesar -0,063 (4) *display layout* berpengaruh negatif terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1,268 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,208 > 0,05$ ; dan koefisien regresi sebesar -0,106; dan (5) harga, variasi menu, lokasi, dan *display layout* tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli konsumen Rumah Makan Ria Catering Surabaya, dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 1,515 dengan signifikansi sebesar  $0,204 > 0,05$ .

Kata kunci: Persepsi Harga, variasi Menu, Lokasi, *Display Layout*, dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine: (1) the influence of price on consumer purchasing decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, (2) influence of menu variation on consumer buying decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, (3) location influence to consumer purchase decision Ria Catering Restaurant Surabaya, (4) the effect of display layout on consumer purchasing decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, and (5) price influence, menu variation, location and display layout simultaneously influencing consumer purchasing decision Ria Catering Surabaya Restaurant. The results of this study indicate that: (1) the price has a positive effect on consumer buying decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, evidenced from the value of "t" \_ "count" of 0.177 with significance value  $0,860 > 0,05$ , and regression coefficient of 0.009; (2) menu variation has a positive effect on consumer purchasing decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, evidenced by the value of "t" \_ "count" of 2.198 with a significance value of  $0.030 < 0.05$  and regression coefficient of 0.208; (3) location negatively affects consumer purchase decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, evidenced by value "t" \_ "count" equal to -0,512 with significance value equal to  $0,610 > 0,05$ ; and regression coefficient of -0.063 (4) display layout negatively affect consumer purchase decision Ria Catering Restaurant Surabaya, evidenced by the value of "t" \_ "count" of -1.268 with a significance value of  $0.208 > 0.05$ ; and the regression coefficient of -0.106; and (5) price, menu variation, location and display layout no affect simultaneously to consumer buying decision of Ria Catering Restaurant Surabaya, evidenced by value "F" \_ "count" 1,515 with significance equal to  $0,204 > 0,05$ .*

*Keywords: Price Perception, Menu variation, Location, Display Layout, and Purchase Decision*